Niveau(x) d'enseignement: 4 Numéro EDUQ : 9370635
Centre d'intérêt: 872

David, Lise.

Administration, commerce et secrétariat : représentation : guide pédagogique, CZW-012, 5054 / [conception et rédaction, Lise David, Claudine Dupré ; collaboration spéciale, Lucette Lévesque]. -- Ed. provisoire. -- [Québec] : Ministère de l'éducation, Direction générale de la formation professionnelle, 1992.
104 p. ; 28 cm.

La couv. porte en outre: 1; La formation professionnelle au secondaire. Code: 17-0103-02P. Bibliogr.: p. 97-102. Filmographie: p. 102-104. Glossaire.

Vedette(s)-secondaire(s): Dupré, Claudine * Québec (Province). Ministère de l'éducation. Direction générale de la formation professionnelle

Descripteur(s): Techniques administratives * Formation professionnelle * Guide pédagogique * Secondaire (Ordre d'enseignement)

Identificateur(s) de sujet: Représentant

Ce guide pédagogique constitue le support privilégié dans la mise en application du programme ##Administration, commerce et secrétariat : représentation##. Il se divise en sept parties. Les quatre premières concernent le projet de formation dans son ensemble. Elles informent, successivement, sur les principes et les intentions pédagogiques retenus, sur l'approche pédagogique générale déterminée, sur la stratégie proposée pour l'apprentissage ainsi que sur le rôle et les fonctions de formateurs. La cinquième partie renferme des suggestions pédagogiques pour chacun des modules du programme. Pour ce faire, elle propose une introduction au module et, sous forme de tableaux, une organisation structurée des objectifs ainsi que des éléments de contenu. De plus, sous des formes variées, elle suggère des éléments de stratégies et des moyens d'apprentissage et d'enseignement. Finalement, les enseignants peuvent consulter, dans les deux dernières parties, un court lexique et une bibliographie générale.

Type de document:

ADMINISTRATION, COMMERCE ET SECRÉTARIAT

REPRÉSENTATION

1370635

GUIDE PÉDAGOGIQUE

CZW-012
5054

ÉDITION PROVISOIRE

la FORMATION PROFESSIONNELLE au secondaire

Québec

9370635

ADMINISTRATION, COMMERCE ET SECRÉTARIAT

REPRÉSENTATION

GUIDE PÉDAGOGIQUE

CZW-012
5054

ÉDITION PROVISOIRE
Juin 1992

ADMINISTRATION, COMMERCE ET SECRÉTARIAT

REPRÉSENTATION

GUIDE PÉDAGOGIQUE

CZW - 012
5054

Direction générale de la formation professionnelle

Équipe de réalisation

Conception et rédaction

Lise David
Agente de développement pédagogique

Claudine Dupré
Conseillère technique en
programmation pédagogique

Collaboration spéciale

Lucette Lévesque
Commission scolaire des Mille-Îles

Éditique

Nathalie Vendette
Agente de secrétariat

Coordination

Jean Raphaël
Responsable du secteur
Administration, commerce et secrétariat

TABLE DES MATIÈRES

PAGE

PRÉSENTATION DU GUIDE PÉDAGOGIQUE 1

1. PRINCIPES ET INTENTIONS PÉDAGOGIQUES 3

2. APPROCHE PÉDAGOGIQUE GÉNÉRALE 5

3. STRATÉGIE PROPOSÉE POUR L'APPRENTISSAGE 11

4. RÔLE ET FONCTIONS DES ENSEIGNANTS ET DES ENSEIGNANTES 13

5. SUGGESTIONS PÉDAGOGIQUES PAR MODULE 15

5.1 Sommaire 15
5.2 Suggestions 15

6. LEXIQUE 95

7. BIBLIOGRAPHIE 97

TABLEAUX GÉNÉRAUX

- Matrice des objets de formation 7
- Logigramme de la séquence d'enseignement 8
- Schéma de la stratégie d'apprentissage 12

PRÉSENTATION DU GUIDE PÉDAGOGIQUE

Dans le contexte d'approche globale ou «curriculaire» retenue pour la formation professionnelle, le présent **Guide pédagogique** constitue l'un des trois documents d'accompagnement du programme d'études. Il est considéré comme le support privilégié dans la mise en application de ce même programme puisqu'il présente des façons d'aborder les objectifs et de présenter un enseignement à la fois pertinent aux cibles visées et adapté aux élèves concernés. Ne devant en aucune façon remplacer le programme et n'ayant pas, non plus, la prétention de pouvoir se substituer à l'expertise pédagogique du personnel enseignant, son contenu est livré à titre indicatif.

Le Guide pédagogique se divise en sept parties. Les quatre premières concernent le projet de formation dans son ensemble. Elles informent, successivement, sur les principes et les intentions pédagogiques retenus, sur l'approche pédagogique générale déterminée, sur la stratégie proposée pour l'apprentissage ainsi que sur le rôle et les fonctions des formatrices et des formateurs. La cinquième partie, plus flexible, renferme des suggestions pédagogiques pour chacun des modules du programme. Pour ce faire, elle propose une introduction au module et, sous forme de tableaux, une organisation structurée des objectifs ainsi que des éléments de contenu. De plus, sous des formes variées, elle suggère des éléments de stratégies et des moyens d'apprentissage et d'enseignement. Finalement les enseignantes et les enseignants peuvent consulter, dans les deux dernières parties, un court lexique et une bibliographie générale.

1. PRINCIPES ET INTENTIONS PÉDAGOGIQUES

1.1 Principes pédagogiques

- Faire participer activement les élèves et les rendre responsables de leurs apprentissages.
- Tenir compte du rythme et de la façon d'apprendre de chaque élève.
- Prendre en considération et réinvestir les acquis scolaires ou l'expérience de l'élève.
- Considérer que la possibilité d'apprendre pour les élèves est fortement liée aux stratégies et aux moyens utilisés pour atteindre les objectifs.
- Favoriser le renforcement et l'intégration des apprentissages.
- Privilégier des activités pratiques d'apprentissage et des projets adaptés à la réalité du marché du travail.
- Communiquer avec les élèves dans un français correct et en utilisant la terminologie technique appropriée.
- Rechercher le plus possible la collaboration du milieu de travail.
- Faire découvrir aux élèves que l'enseignement professionnel constitue aussi une voie importante d'intégration sociale et de croissance personnelle.

Les principes pédagogiques constituent des lignes directrices à observer dans le choix des stratégies et des moyens pour atteindre les buts et objectifs du programme.

1.2 Intentions pédagogiques

- Acquérir l'éthique professionnelle et le respect de la personne.
- Accroître l'autonomie, l'initiative, le sens des responsabilités et l'esprit d'entreprise.
- Établir une discipline personnelle et une méthode de travail.
- Augmenter le souci de protéger l'environnement.
- Faire croître la préoccupation du travail bien fait.
- Renforcir le sens de l'économie de l'énergie et du matériel.

- Faire croître la préoccupation d'utiliser avec soin les différentes machines et appareils de bureau.

Les intentions pédagogiques incitent les formatrices et les formateurs à intervenir dans une direction donnée chaque fois qu'une situation s'y prête. Pour des raisons d'ordre pratique, il est recommandé de procéder par alternance. Pour ce faire, chacune des intentions pourrait être mise en évidence sur une base hebdomadaire ou dans un cours où elle est particulièrement appropriée.

2. APPROCHE PÉDAGOGIQUE GÉNÉRALE

Le programme est défini par compétences. Celles-ci ont été déterminées, en particulier, à partir d'une analyse de situation de travail et en tenant compte des buts de la formation. Un objectif opérationnel de premier niveau est formulé pour chacune des compétences à acquérir. Ces dernières sont structurées et articulées en un projet intégré de formation visant à préparer l'élève à la pratique d'une profession. Cette organisation systématique des compétences permet d'obtenir un résultat global qui va au-delà d'une formation par objectifs isolés. Elle permet en particulier une progression harmonieuse d'un objectif à l'autre, une économie dans les apprentissages en évitant les répétitions inutiles, un renforcement et une intégration des apprentissages, etc.

L'organisation des compétences à acquérir est présentée dans la matrice des objets de formation qui suit. Celle-ci met en évidence les compétences particulières au métier, les compétences plus générales ainsi que les grandes étapes du processus de travail propres à ce métier. Les compétences particulières portent sur des tâches et des activités directement utiles à l'exercice d'une profession. Les compétences générales, pour leur part, portent sur des activités plus larges, communes à plusieurs tâches ou à plusieurs situations. Elles se réfèrent à des aspects telle la compréhension de principes technologiques ou scientifiques. Finalement, le processus de travail met en évidence les étapes les plus significatives de réalisation des tâches et activités du métier. Les symboles (△,○) de la matrice montrent les liens fonctionnels qui existent entre ces éléments. De plus, lorsqu'ils sont noircis, ils indiquent que l'on a systématiquement tenu compte de ces liens fonctionnels dans la formulation des objectifs visant l'acquisition des compétences particulières du métier.

La logique utilisée au moment de la construction de la matrice des objets de formation a des implications sur la séquence d'enseignement des modules. De façon générale, on a tenu compte d'une certaine progression en termes de complexité des apprentissages et de développement de l'autonomie de l'élève. De ce fait, l'axe vertical de la matrice des objets de formation présente les compétences particulières au métier dans un ordre relativement fixe pour l'enseignement et sert de point de départ pour l'agencement de l'ensemble des modules. Certains deviennent ainsi préalables à d'autres ou doivent être vus parallèlement.

Les modules issus des compétences de l'axe vertical doivent être enseignés le plus possible dans l'ordre présenté dans la matrice des objets de formation. Quant à ceux issus des compétences de l'axe horizontal, ils doivent être placés en fonction des modules de l'axe vertical, de manière à tenir compte des apprentissages préalables à ces derniers. La composition des sessions de formation respecte cet ordre. De plus, une proposition complète d'une séquence d'enseignement est présentée dans le «Logigramme» aux pages 8 et 9.

MATRICE DES OBJETS DE FORMATION EN REPRÉSENTATION

NUMÉROS	COMPÉTENCES PARTICULIÈRES (Tâches ou activités dans le cadre du métier et de la vie professionnelle)	OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE PREMIER NIVEAU	DURÉE	PROCESSUS (grandes étapes)					COMPÉTENCES GÉNÉRALES (activités connexes dans le domaine de la technologie, des disciplines, du développement personnel, etc.)										TOTAUX	
				Rechercher des informations	Organiser des informations	Présenter des informations	Effectuer des opérations administratives	Assurer un suivi	Communiquer dans un contexte de représentation commerciale	Appliquer des techniques de planification et de gestion du temps	Effectuer des calculs commerciaux	Utiliser des logiciels d'application bureautique		Appliquer des règles d'éthique professionnelles	Appliquer des notions de santé et de sécurité au travail					NOMBRE D'OBJECTIFS	DURÉE DE LA FORMATION
NUMÉROS	NUMÉROS								2	3	4	5		■	■					4	
	OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE PREMIER NIVEAU	T							S	C	C	C									196
	DURÉE		h						80	30	45	80									
1	Se situer au regard du métier et de la démarche de formation	S	30	△	△	△	△	△	○	○	○	○		○	○						
6	Vendre des produits et des services dans un contexte de représentation	C	120	▲	▲	▲	▲	▲	●	●	●	●		●	○						
7	Prospecter un territoire de vente	C	45	▲	▲	▲	▲	▲	●	●	●	●		●	○						
8	S'intégrer au milieu de travail	S	60	△	△	△	△	△	○	○	○	○		○	○						
NOMBRE D'OBJECTIFS		4																		8	
DURÉE DE LA FORMATION			255																		450

TABLEAU 8

T : Type d'objectif
Comportement (C)
Situation (S)

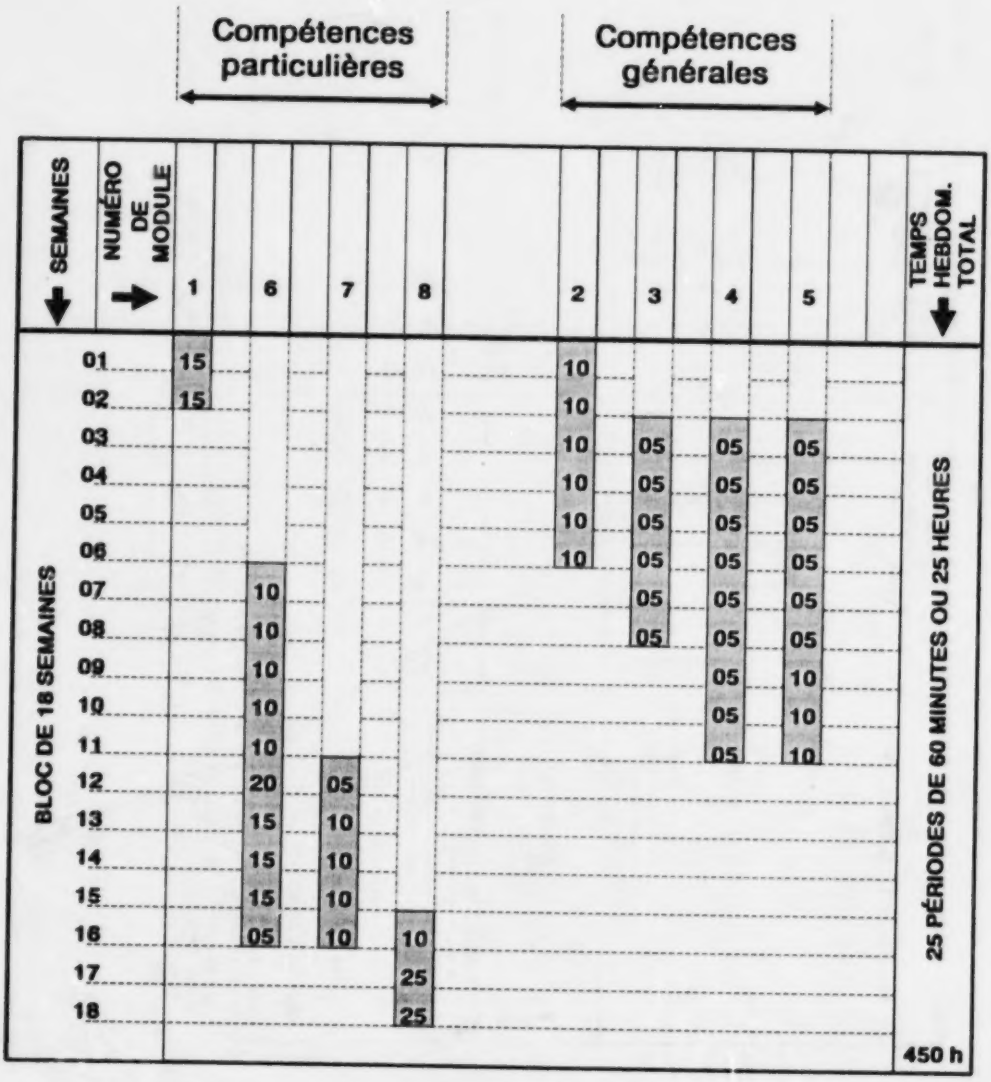
h : Heures

△ Existence d'un lien fonctionnel
▲ Application d'un lien fonctionnel
○ Existence d'un lien fonctionnel
● Application d'un lien fonctionnel
■ Objet de formation sans objectif particulier

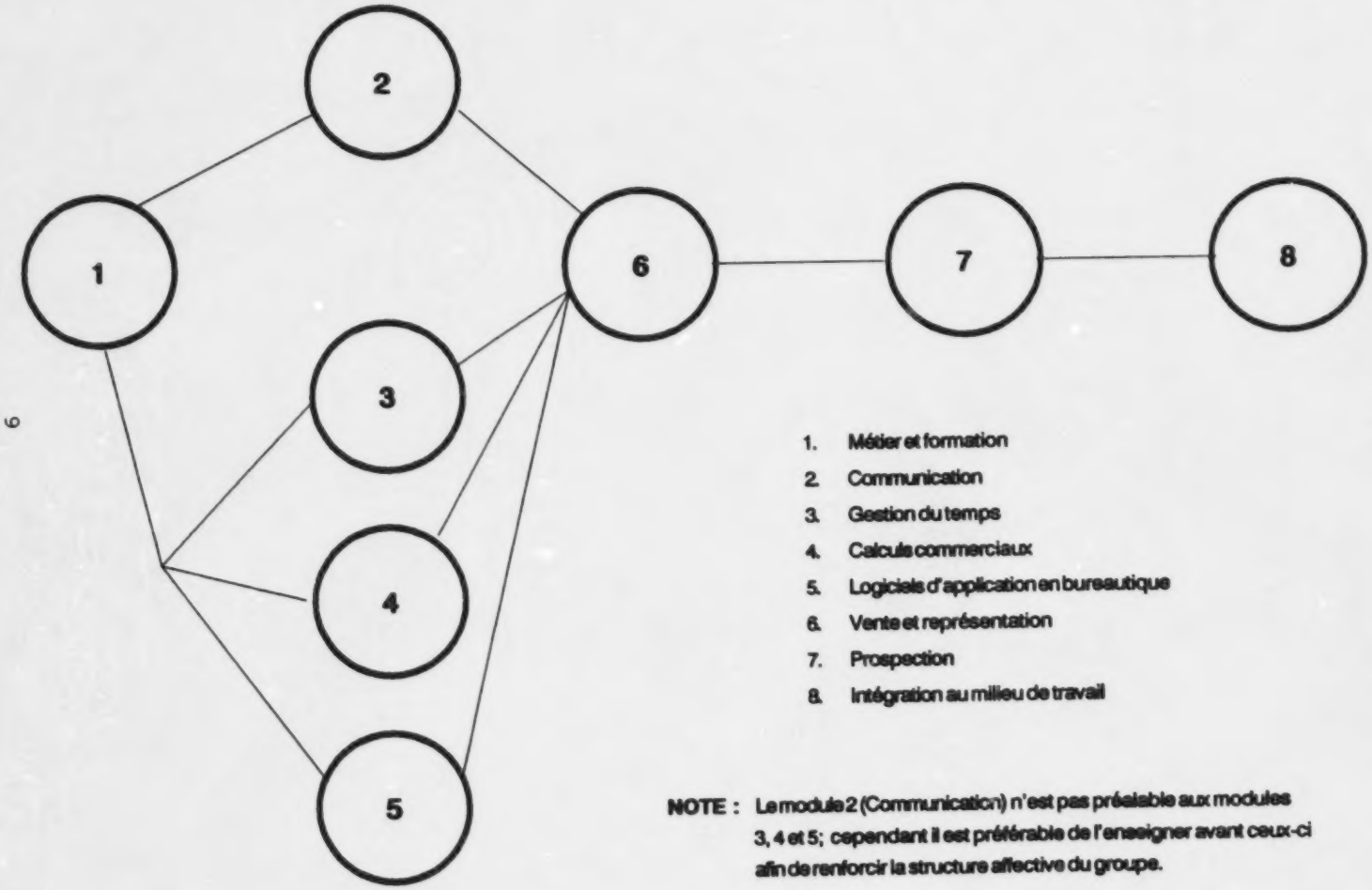
Entre les compétences particulières et le processus

Entre les compétences générales et les compétences particulières

LOGIGRAMME
DE LA SÉQUENCE D'ENSEIGNEMENT


Compétences particulières
Compétences générales
SEMAINES
NUMÉRO DE MODULE
1
6
7
8
2
3
4
5
TEMPS HEBDOM. TOTAL
BLOC DE 18 SEMAINES
01 15
02 15
03
04
05
06
07 10
08 10
09 10
10 10
11 10
12 20
13 15
14 15
15 15
16 05
17
18
10
10
10
10
10
10
10
05
05
05

LOGIGRAMME DE LA SÉQUENCE D'ENSEIGNEMENT



1. Métier et formation
2. Communication
3. Gestion du temps
4. Calculs commerciaux
5. Logiciels d'application en bureautique
6. Vente et représentation
7. Prospection
8. Intégration au milieu de travail

NOTE : Le module 2 (Communication) n'est pas préalable aux modules 3, 4 et 5; cependant il est préférable de l'enseigner avant ceux-ci afin de renforcir la structure affective du groupe.

3. STRATÉGIE PROPOSÉE POUR L'APPRENTISSAGE

Pour favoriser l'atteinte des objectifs de premier niveau, la stratégie proposée consiste à effectuer les apprentissages d'une façon progressive. On aborde en premier les apprentissages particuliers, pour passer ensuite à l'apprentissage de l'ensemble. Chaque fois, on procède à des **activités d'apprentissage, d'évaluation et d'enseignement correctif**.

En premier lieu, des activités particulières d'apprentissage portent sur :

- un ou quelques objectifs de second niveau,

ou

- une ou quelques précisions de l'objectif de premier niveau (de comportement),

ou

- une phase de l'objectif de premier niveau (de situation)

ou

- une combinaison de ce qui précède.

Cette façon de faire se continue jusqu'à ce que les objectifs de second niveau et les précisions ou les phases (sauf la dernière) soient entièrement couverts.

Par la suite, des activités de synthèse des apprentissages portent sur :

- l'ensemble de l'objectif de premier niveau (de comportement),

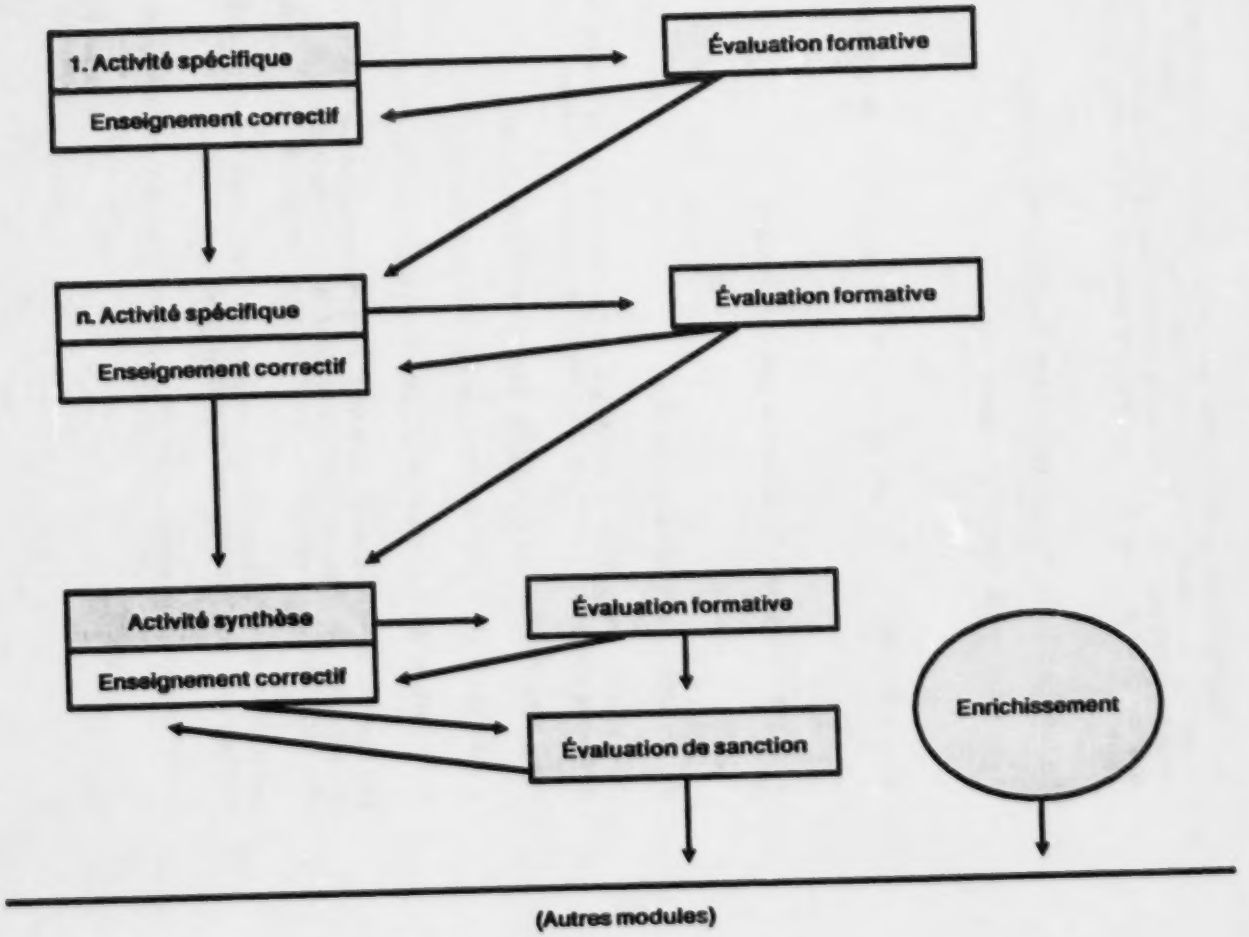
- l'objectif de premier niveau de situation et, plus particulièrement, la dernière phase.

Les activités particulières initiales permettent de traiter séparément des connaissances, des habiletés, des attitudes et des perceptions afin d'en assurer l'acquisition. De plus, elles permettent aussi des regroupements en vue d'une première intégration.

Les activités de synthèse qui leur succèdent assurent, quant à elles, le parachèvement et l'intégration plus complète des apprentissages.

Le schéma de la page suivante présente l'organisation des activités selon cette stratégie.

SCHÉMA DE LA STRATÉGIE D'APPRENTISSAGE



4. RÔLE ET FONCTIONS DES ENSEIGNANTES ET DES ENSEIGNANTS

Le rôle des enseignantes et des enseignants doit être adapté aux changements apportés en formation professionnelle. Cette adaptation est particulièrement requise pour mieux tenir compte :

- d'un enseignement par objectifs,
- du rythme individuel et de la façon d'apprendre des élèves et
- d'une responsabilité accrue des élèves au regard de leurs apprentissages.

Dans ce contexte, les formatrices et les formateurs doivent organiser leur enseignement de façon à encadrer des élèves qui peuvent être à des endroits différents dans leur cheminement vers l'atteinte d'objectifs. Ils doivent également tenir compte d'une approche, d'une stratégie et d'un processus d'apprentissage qui requièrent les fonctions suivantes d'enseignement :

- **Planification et préparation** : d'abord en situant les cours dont ils ont la responsabilité à l'aide du «logigramme de la séquence d'enseignement». En second lieu, en modifiant ou en complétant, au besoin, les objectifs opérationnels de second niveau. En troisième lieu, en prévoyant et en produisant les activités propres à ces cours, à l'aide des tableaux propres à chaque module. En quatrième lieu, en coordonnant les activités d'apprentissage de chaque élève et en répartissant les postes de travail et le matériel nécessaire. Finalement, en agençant et en élaborant des activités d'apprentissage, d'évaluation, d'enseignement correctif et d'enrichissement.

- **Information et motivation** : en situant les élèves par rapport à l'ensemble du programme et, aussi, par rapport à des cours. En fournissant les données utiles à une compréhension suffisante des tâches. En faisant ressortir l'importance et la pertinence des apprentissages à réaliser. Le premier module est prévu pour situer les élèves par rapport à l'ensemble de leur formation et pour les stimuler dans leurs apprentissages. Par ailleurs, il revient aux enseignantes et enseignants de fournir, au début de chaque cours et de chaque activité importante, les données nécessaires à ces fins.

- **Animation, soutien et orientation** : premièrement, en guidant les apprentissages par un rappel des objectifs, par la détermination des préalables et par la formulation d'indications sur les activités à réaliser. En second lieu, en créant un climat de confiance reposant sur le respect des personnes et de leur autonomie, ainsi que sur la clarification des enjeux réels. En troisième lieu, en maintenant l'intérêt par une participation fréquente des élèves tout au long de leur cheminement, par des propositions d'activités intéressantes et diversifiées, par un dosage judicieux du niveau de difficulté, par l'utilisation d'approches à caractère pratique, par des encouragements répétés et par une ouverture aux préoccupations personnelles des élèves. En quatrième lieu, en encadrant les activités d'apprentissage par l'implantation d'un système souple et efficace de suivi des élèves, lequel permet la détermination des points forts et des points faibles, par une assistance particulière aux élèves en difficulté et par une direction adéquate des élèves vers des activités d'apprentissage, d'évaluation, d'enseignement correctif et d'enrichissement. Finalement, en fournissant des explications claires et justes au groupe et à chaque élève.

- **Évaluation** : en assurant le suivi mentionné précédemment. En produisant et en utilisant des instruments d'évaluation formative et de sanction des études. En administrant ces mêmes instruments. En utilisant et en traitant des données pour l'évaluation formative et en fournissant les données pour la sanction des études.

5. SUGGESTIONS PÉDAGOGIQUES PAR MODULE

5.1 Sommaire

BLOC DE FORMATION

Module 1 : Métier et formation 17

Module 2 : Communication 27

Module 3 : Gestion du temps 39

Module 4 : Calculs commerciaux 45

Module 5 : Logiciels d'application en bureautique 53

Module 6 : Vente et représentation 61

Module 7 : Prospection 73

Module 8 : Intégration au milieu de travail 85

5.2 Suggestions

Dans cette section du document, vous trouverez pour chacun des huit modules l'information suivante :

- une présentation du module;
- des stratégies d'enseignement ou d'apprentissage;
- la liste des objectifs de premier et de second niveau avec leurs éléments de contenu correspondants.

Module : 1		**Codes :**	CPK 181 446202
Titre :	MÉTIER ET FORMATION	**Durée :**	30 h

Présentation du module

L'objectif de ce module est de permettre aux élèves d'acquérir une vision globale et réaliste de l'exercice du métier ainsi que du programme de formation. À la lumière de ces connaissances, les élèves compareront leurs capacités et leurs attentes avec les exigences du métier. Cette analyse permettra aux élèves, dès le début du programme, d'évaluer leur choix d'orientation professionnelle.

Le contenu de ce module permettra également aux élèves d'établir des liens entre l'exercice du métier et les apprentissages prévus dans le programme. Cette approche permettra de maintenir l'intérêt des élèves et favorisera une meilleure intégration des apprentissages tout au long de leur formation.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Dès les premières rencontres, l'enseignant ou l'enseignante devra insister sur l'importance de ce premier module. À la fin de celui-ci, les élèves devront avoir une idée précise du plan de formation dans lequel ils ou elles s'engagent et du métier qu'ils ou qu'elles exerceront éventuellement.

Afin d'atteindre l'objectif, l'enseignant ou l'enseignante incitera les élèves à participer activement aux activités d'apprentissage proposées dans ce module. Une préparation rigoureuse et un suivi attentif de ces activités permettront aux élèves d'en retirer de meilleurs avantages.

L'enseignant ou l'enseignante appuiera ses exposés à l'aide du matériel didactique approprié (feuilles d'acétate, schémas, tableaux, etc.). Il ou elle encouragera la recherche en mettant à la disposition des élèves les documents pertinents (rapports, analyses, programmes, etc.). Il ou elle encadrera des discussions et interviendra pour clarifier certains sujets. Il ou elle organisera des visites et invitera des représentants ou des représentantes de l'industrie à venir parler de différents aspects du métier.

Finalement, l'enseignant ou l'enseignante aidera les élèves à dresser le bilan de leurs analyses et de leurs observations. Il ou elle discutera des fondements de leurs choix d'orientation et les mettra en contact avec d'autres personnes-ressources, si nécessaire.

Module n° : 1

Titre : MÉTIER ET FORMATION

Codes : CPK 181 / 446202

Durée : 30 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
1. Être réceptif ou réceptive à l'information relative au métier et à la formation.	– Conditions de réceptivité : • attention visuelle; • attention auditive; • climat favorable; • intérêt; • concentration; • bien-être physique et psychologique.	– Inviter chaque personne à se présenter : • présentation (nom, statut, etc.); • court exposé sur ce que l'on entend par la notion de réceptivité; • remue-méninges sur le sujet.	– Se présente. – Précise son intérêt pour la formation. – Participe au remue-méninges.	
2. Avoir le souci de partager sa perception du métier avec les autres personnes du groupe.	– Avantage à communiquer son point de vue et à écouter celui des autres.	– Favoriser une discussion de groupe en donnant les consignes d'usage permettant de discuter en groupe.	– Participe à un échange d'opinions avec le groupe sur ses perceptions et ses goûts par rapport au métier.	
3. Repérer l'information.	– Méthode de travail : • détermination de ce que l'on cherche; • détermination des sources d'information possibles; • préparation pour discerner les points importants; • concentration sur les points à retenir; • notation de ces points.	– Montrer comment chercher de la documentation. – Fournir un support. – Animer une discussion sur l'utilité de la documentation. – Compléter l'information.	– Cherche des documents d'information propres au secteur. – Participe à la discussion. – Transmet ses recherches.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
3. (suite)	– Détermination des moyens utilisés : • visites d'observation; • interviews par téléphone et en personne; • demande d'information par courrier; • présence à des conférences.			
4. Déterminer une façon de noter et de présenter des données.	– Méthodes de travail pour : • prendre des notes; • faire un résumé; • présenter un travail.	– Présenter un exposé sur les méthodes de travail. – Lire des phrases courtes. – Vérifier la rapidité, l'écriture et l'utilisation d'abréviations. – Corriger chaque résumé individuellement.	– Prend des notes. – Écrit le plus rapidement possible. – Résume un article se rapportant à la vente dans un contexte de représentation. – Présente un travail écrit.	
5. Donner le sens de «formation requise au seuil d'entrée sur le marché du travail».	– Exigences pour avoir accès au travail, telles que : • compétences; • expérience, etc.	– Expliquer les exigences nécessaires, à partir d'offres d'emploi.		
6. Expliquer les principales règles permettant de discuter en groupe.	– Précision de règles fondamentales : • participation; • respect du tour de table; • respect du sujet; • attention aux autres; • acceptation des points de vue différents.	– Animer l'échange d'opinions. – Faire une synthèse des règles à conserver. – Écrire, sur une feuille à afficher en classe, les règles retenues lors de l'échange d'opinions.	– Participe à un échange d'opinions avec le groupe sur les règles à suivre en classe lors des discussions.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Activités de la phase 1 : **Information sur le métier.**	– Étude du secteur : • rôle et évolution du commerce; • importance des commerces de gros et de détail dans l'économie québécoise. – Types d'entreprises : • de produits agricoles; • de produits pétroliers; • de produits alimentaires, de boissons, de chaussures, de tissus et d'articles de mercerie; • d'articles ménagers; • de véhicules automobiles, pièces et accessoires; • d'articles de quincaillerie et de matériaux de construction; • de machines, matériel et fournitures; • de produits divers (ex. : jouets, articles de sport, etc.).	– Faire un exposé sur l'ensemble du secteur du commerce. – Distribuer la documentation nécessaire.	– Fait une recherche par secteur d'activité pour cibler les entreprises qui pourraient embaucher des représentants ou des représentantes. Activité qui se fait en équipe de deux.	– Recueille des données sur la majorité des sujets à traiter. – Présente sa perception du métier en faisant le lien avec les données recueillies.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 1 (suite)	– Perspectives d'emploi. – Rémunération : • salaire; • commissions; • bonus; • avantages sociaux. – Possibilités d'avancement et de mutation. – Sélection des candidats et des candidates. – Nature et exigences de l'emploi : • tâches; • conditions de travail; • éthique personnelle et professionnelle; • critères d'évaluation; • droits et responsabilités des travailleurs et des travailleuses; • normes du travail; • santé et sécurité au travail. – Sensibilisation à l'entrepreneuriat : • caractéristiques de l'entrepreneur ou de l'entrepreneure; • principes et techniques de l'entrepreneuriat.	– Donner de l'information et des explications sur la fonction de travail. – Organiser une visite d'entreprise. – Inviter une personne-ressource de l'entreprise ou un ancien ou une ancienne élève. – Susciter les échanges d'idées entre les élèves et l'invité ou l'invitée. – Utiliser la *Trousse de sensibilisation des élèves* sur la formation professionnelle et l'entrepreneuriat diffusée par la Direction générale de la formation professionnelle.	– Prend note des explications sur la fonction de travail. – Consulte le rapport d'analyse de situation du travail (AST). – Prépare une grille de questions à poser lors de la visite ou des rencontres avec des personnes-ressources. – Visite une entreprise. – Participe à une discussion à la suite de l'observation faite au cours de la visite.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 1 (suite)		- Organiser, à l'aide de la trousse de sensibilisation, la visite d'une entrepreneure ou d'un entrepreneur. - Présenter la vidéo *Devenir entrepreneur*.	- Écoute le témoignage et pose les questions au conférencier ou à la conférencière. - Visionne la vidéo.	
	- Perception du métier : • avantages; • inconvénients; • exigences.	- Animer et organiser une séance plénière. - Créer un climat détendu favorisant la discussion. - Fournir aux élèves les moyens adéquats pour encourager l'évaluation de leur orientation professionnelle.	- Participe à une rencontre de groupe pour discuter de la perception du métier : avantages, inconvénients et exigences, en utilisant les données recueillies.	
Fin des activités de la phase 1.				
7. Faire la distinction entre les termes habileté, aptitude, attitude et connaissance.	- Définitions simples : • habileté : possibilité de reproduire un comportement; • aptitude : disposition naturelle; • attitude : manière d'être ou de se comporter dans différentes situations; • connaissance : idée, notion, compréhension.	- Distinguer les termes en donnant un exemple pour chacun.		

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
8. Décrire la nature, la fonction et le contenu d'un programme d'études.	- Nature : • document officiel du ministère de l'Éducation qui a valeur de règlement. - Fonction : • document de référence pour l'enseignement, l'apprentissage, l'évaluation et la sanction des études. - Contenu : • ensemble des objectifs : buts, objectifs généraux et objectifs opérationnels.	- Présenter chacun des éléments d'un programme d'études.		
Activités de la phase 2 : **Information sur le projet de formation et engagement dans la démarche.**				- Rassemble des données sur les sujets à traiter. - Fait un examen sérieux des documents présentés. - Écoute attentivement les explications. - Présente sa perception du programme de formation. - Exprime clairement ses réactions.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 2 (suite)	– Habiletés, aptitudes, attitudes et connaissances nécessaires pour pratiquer le métier. Exemples : • communication; • détermination; • autonomie; • confiance en soi; • motivation; • souci du respect de l'éthique professionnelle; • souci des objectifs à atteindre; • connaissance du produit; • techniques de vente, etc.	– Animer une discussion. – Agir comme personne-ressource.	– Participe à une discussion sur les habiletés, aptitudes, attitudes et connaissances nécessaires à l'exercice du métier.	
	– Examen du *Programme d'études*; voir en particulier : • le tableau de synthèse; • les buts de la formation; • les objectifs généraux; • les objectifs opérationnels de premier et second niveau.	– Distribuer la documentation. – Expliquer la fonction des composantes des objectifs de premier et second niveau. – S'assurer que l'élève ait une perception juste des compétences visées et des exigences de leur évaluation. – Insister sur le fait que l'élève devra participer très activement à sa démarche d'apprentissage.	– Examine les documents d'études. – Recueille l'information. – Se familiarise avec les principaux éléments du programme d'études.	
	– Collecte d'information sur : • l'évaluation; • la sanction des études; • la démarche de formation; • l'organisation des cours.			

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
	- Liens de pertinence entre le programme de formation et le marché du travail en représentation. - Réactions par rapport au métier et à la formation.	- Organiser et animer une discussion de groupe.	- Participe à une table ronde sur la pertinence du programme de formation par rapport au marché du travail en représentation.	
Fin des activités de la phase 2.				
9. Distinguer les goûts des aptitudes et de l'intérêt.	- Définition des termes : • goût, en matière de travail; • aptitude; • intérêt.	- Distinguer les trois termes et donner un exemple pour chacun. - Préparer des questions propres à orienter la remise en question de l'élève quant à ses goûts, intérêt et aptitudes. - Échanger en groupe sur les goûts, intérêt et aptitudes de chacun et de chacune.		
10. Décrire les principaux éléments d'un rapport confirmant un choix d'orientation professionnelle.	- Résumé des goûts, aptitudes et intérêt. - Résumé des exigences pour pratiquer le métier. - Parallèle entre les deux aspects qui précèdent. - Brève conclusion expliquant son choix d'orientation.	- Préciser les consignes à respecter dans la rédaction d'un rapport (français, style, propreté, etc.). - Préciser les éléments du rapport.		

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Activités de la phase 3 : **Évaluation et confirmation de son orientation.**				- Produit un rapport contenant : • une présentation sommaire de ses goûts, de son intérêt et de ses aptitudes; • des explications sur son orientation au regard des caractéristiques du métier.
	- Précision de ses goûts, aptitudes et intérêt pour le métier. - Orientation professionnelle.		- Produit un rapport analysant son orientation professionnelle, en comparant les aspects et exigences du métier avec ses goûts, ses aptitudes et son intérêt.	
Fin des activités de la phase 3.				

Module :	**2**	**Codes :**	**CPK 182** **446214**
Titre :	**COMMUNICATION**	**Durée :**	**60 h**

Présentation du module

Ce module a pour but de rendre les élèves habiles à utiliser des techniques de communication qui leur permettront d'informer, de savoir, de persuader et de négocier plus efficacement ainsi que d'établir de meilleures communications.

Au cours de ce module, l'élève prendra d'abord connaissance des notions de base en communication, du processus de la communication et des attitudes favorisant la communication; il ou elle sera en mesure, dès la première phase, de déterminer ses points forts et ses points faibles en matière de communication. Ensuite, les techniques de communication verbale et écrite lui seront enseignées dans le contexte de la représentation commerciale. Finalement, l'élève évaluera sa capacité de communication en précisant les habiletés acquises au cours de ce module.

Il est donc avantageux d'enseigner ce module au début du programme. L'élève pourra se servir des notions apprises et les mettre en pratique tout au long de sa formation.

Le module 6, sur les techniques de vente, permet d'approfondir certains aspects de la communication que l'élève aura vus dans le présent module.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Afin de permettre à l'élève d'acquérir des techniques en communication, l'enseignant ou l'enseignante devra préparer différents jeux de rôles ou des mises en situation visant à représenter les situations les plus courantes. Il est important que les jeux de rôles ou les mises en situation soient suivis d'une discussion au cours de laquelle les attitudes et les comportements sont analysés par les observateurs et les observatrices et, dans un deuxième temps, par les acteurs et les actrices. L'enseignant ou l'enseignante exigera que commentaires et critiques soient constructifs, c'est-à-dire qu'ils suggèrent des moyens pour améliorer les attitudes et les comportements.

La participation des élèves au cours de ce module doit être continue. Il faut assurer un maximum d'encadrement et être sensible aux difficultés qui peuvent surgir tout au long de l'étude des concepts de la communication efficace.

L'utilisation d'appareils audiovisuels, tels que magnétoscope et caméra, est grandement conseillée pour la pratique des techniques enseignées dans ce module. Elle permet une richesse d'analyse des jeux de rôles sans commune mesure avec les témoignages des observateurs et des observatrices. L'utilisation des grilles d'observation et les échanges d'idées en séance plénière sont également fortement suggérés.

Il est à noter que l'enseignant ou l'enseignante qui animera ce module doit intervenir prudemment, car certaines situations seront vues comme étant menaçantes. Tout changement est perçu comme étant dérangeant, toute remise en question profonde des façons de faire, de valeurs, etc., peut provoquer des résistances, des refus, des craintes et des interrogations.

Le rôle de l'enseignant ou de l'enseignante consiste non seulement à transmettre des notions, mais également à apporter son support et à agir comme personne-ressource.

Module n° : 2

Codes : CPK 182 / 446214

Titre : COMMUNICATION

Durée : 60 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Activités de la phase 1 : **Information sur les principes généraux de la communication.**	– Définition du terme communication. – Liens avec l'ensemble du programme. – Processus de la communication : • émetteur; • récepteur; • message; • rétroaction; • cadre de référence.	– Faire un exposé informel en insistant sur la démarche particulière dans ce module. – Faire un schéma du processus, au tableau, en définissant chaque terme et en utilisant des exemples de communication de la vie courante.	– Fait une recherche en bibliothèque afin de recueillir l'information sur les éléments du processus de la communication, ainsi que des facteurs qui influencent ce processus.	– Consulte les sources d'information mises à sa disposition. – Recueille des données. – S'efforce de déterminer ses points forts et ses points faibles en matière de communication. – S'applique à trouver des avantages à posséder des habiletés en communication.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 1 (suite)	– Composantes d'une communication efficace : • confiance en soi; • écoute; • clarté d'expression; • ordre logique des idées; • maîtrise de soi; • ouverture à autrui; • adaptation au langage de l'autre, etc.	– Fournir la documentation nécessaire. – Choisir, à l'avance, quatre élèves qui communiquent facilement et attribuer à deux élèves des éléments d'une bonne communication et aux deux autres des obstacles à une communication efficace. – Faire un retour sur les jeux de rôles précédents.	– Joue son rôle, pour chaque situation, pendant que les autres notent, à partir d'une grille, les attitudes et comportements, sans connaître le but de l'exercice. – Énumère et discute des caractéristiques d'une communication verbale efficace.	
	– Styles de communication : • communication affirmative; • communication non affirmative : comportement passif, comportement manipulateur, comportement agressif, etc.	– Animer une discussion et présenter un texte sur les styles de communication. – Concevoir des jeux de rôles. Durant chaque jeu de rôle, au moins une personne adopte le style de communication affirmative.	– Participe à au moins un jeu de rôle où le type de communication est défini sur une fiche. Durant le jeu, le reste du groupe complète une grille d'observation sur la communication de chaque acteur et de chaque actrice.	
	– Analyse de ses points forts et de ses points faibles en matière de communication.	– Demander aux élèves de déterminer, en équipe de deux, leurs points forts et leurs points faibles.	– Analyse sa capacité de communication, à partir d'une situation vécue dans sa vie personnelle ou professionnelle.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 1 (suite)	– Obstacles à la communication et à la transmission de l'information : • d'ordre cognitif, technique, affectif, etc.; • barrières individuelles (distorsion dans le message, idées préconçues, manque d'écoute, repli sur soi, etc.).	– Faire un exposé oral.		
	– Attitudes et techniques favorisant la communication : • empathie; • analyse transactionnelle; • écoute; • reformulation; • silence; • synthèse; • utilisation des questions, etc.	– Présenter aux élèves un tableau analysant, en parallèle, les obstacles à la communication et la façon de surmonter ces obstacles.		
		– Préparer des jeux et des études de cas.	– Participe aux jeux. Exemple d'une activité : en table ronde, l'enseignant ou l'enseignante amorce un discours et demande à un élève de poursuivre la conversation durant un certain temps; un autre élève enchaîne spontanément et, après quelques interventions, l'enseignant ou l'enseignante demande à un élève de reformuler la dernière intervention.	

Représentation

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 1 (suite)			**Chaque élève doit prendre la parole au moins une fois.**	
	- Caractéristiques et limites de la communication non verbale : • positions, postures, gestes; • symboles : dessiner, manipuler des objets, etc.; • émotions : expressions faciales, soupirs, regards interrogateurs, approbateurs, etc.	- Donner, à partir de son expérience, des exemples de communication non verbale du représentant ou de la représentante et de l'effet ou des conséquences de cette communication. - Animer une discussion. - Consulter des sources d'information. - Préparer des mises en situation.	- Trouve et discute des caractéristiques de la communication verbale et de son importance. - Participe aux mises en situation.	
Fin des activités de la phase 1.				
Activités de la phase 2 : **Application de techniques de communication particulières à la représentation commerciale.**				- Manifeste le souci d'apprendre en participant aux activités. - Prépare ses interventions. - S'efforce d'adopter un langage et un comportement appropriés au contexte de la représentation commerciale.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 2 (suite)				- Se préoccupe de la qualité de son travail en utilisant, selon ses besoins, des documents de référence, tels que guides de rédaction, dictionnaires, grammaires, etc.
	- Connaissance psychologique du client ou de la cliente : • notions de morphopsychologie; • classification des caractères et des types de clients ou de clientes; • comportements et attitudes souhaitables du représentant ou de la représentante.	- Présenter, à partir d'illustrations ou d'acétates, les différents types de morphologies. - Faire un exposé sur les comportements des différents types de clients ou de clientes et les attitudes souhaitables du représentant ou de la représentante.	- Reconnaît les différentes morphologies présentées sur acétates. - Reconnaît son propre type de morphologie et essaie de décrire son comportement en tant qu'acheteur ou acheteuse.	
	- Méthode pour établir un rapport de confiance dès le premier contact : • calque des mouvements du corps du client ou de la cliente; • synchronisme de sa voix avec celle du client ou de la cliente (ton, volume, rythme, débit); • interprétation du mouvement des yeux; • calque de l'humeur du client ou de la cliente;	- Faire un exposé sur la programmation neurolinguistique, outil de communication, et expliquer comment cette nouvelle méthode d'approche permet d'augmenter l'efficacité des personnes qui l'utilisent. - Présenter la vidéo *Avantage caché (P.N.L.V.);*	- Prend des notes. - Visionne la vidéo et commente.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 2 (suite)	• emploi d'énoncés qui suscitent l'approbation du client ou de la cliente.	- Préparer différents scénarios afin que l'élève maîtrise la méthode de la PNL et utiliser la vidéo pour permettre l'analyse des comportements.	- Participe aux jeux de rôles.	
	- Décodage des messages verbaux et non verbaux : • détermination de la véritable intention de l'émetteur ou de l'émettrice; • formulation; • vocabulaire; • interprétation du message; • capacité de lire les messages dans les attitudes et les comportements; • correspondance entre le dire et l'agir : l'authenticité et la congruence.	- Utiliser des situations de la vie courante et demander aux élèves d'en ressortir des exemples de messages verbaux et non verbaux difficiles à décoder.	- Fait un relevé du vocabulaire qui n'est pas clair. - Mime des états d'âme que les autres élèves tentent de reconnaître.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 2 (suite)	- Stratégie de négociation : • qualités et habiletés de bons négociateurs ou négociatrices (se connaître, savoir écouter, savoir interroger, etc.); • caractéristiques des styles de négociation (doux, dur, raisonné, etc.); • comportements et attitudes propices à la négociation : gestes, ton de la voix, genre d'arguments, etc.	- Discuter de l'importance, pour un représentant ou une représentante, d'acquérir des habiletés relatives à la négociation. - Distinguer, au cours d'un exposé, les styles de négociation. - Préparer des jeux de rôles faisant l'objet d'une rencontre de négociation avec un client ou une cliente.	- Analyse sa façon habituelle de négocier, à partir de situations vécues dans sa vie personnelle ou professionnelle. - Prépare et participe aux jeux de rôles.	
	- Processus et préparation d'un exposé oral : • documentation appropriée; • plan de l'exposé (annonce du sujet, présentation de l'argumentaire et synthèse); • moyens de combattre le trac et de soutenir l'attention, etc.	- Faire un exposé.	- Prend des notes. - Définit les critères d'évaluation et prépare une grille pour évaluer chaque élève. - Prépare et présente son exposé sur un sujet lié au métier.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 2 (suite)	– Étapes de la résolution d'un problème : • reconnaissance et définition du problème; • formulation d'hypothèses de solutions; • vérification de l'applicabilité des solutions; • prise de décisions; • évaluation des résultats (suivi).	– Animer un remue-méninges sur la façon dont les élèves du groupe résolvent leurs problèmes et prennent des décisions. – Faire un exposé sur les étapes de la résolution de problèmes et de la prise de décisions. – Préparer des études de cas afin que les élèves intègrent le processus.	– Participe au remue-méninges.	
	– Bilan d'une situation : • distinction entre l'objectivité et la subjectivité; • synthèse. – Réunion de travail : • climat; • procédure; • tâche.	– Simuler une réunion de travail avec les élèves sur un problème lié à leur futur travail.	– Participe à une réunion de travail, fait le bilan d'une situation et collabore à la résolution d'un problème.	
	– Rôle des communications écrites. – Principes de base à respecter dans le langage des affaires : • ordre et logique; • concision et clarté; • principe de substitution, etc.	– Expliquer la relation qui existe entre l'image d'une compagnie et ses lettres commerciales. – Expliquer les principes de base de la communication commerciale.	– Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 2 (suite)	- Règles de base de la rédaction : • d'une lettre; • d'une note. - Rédaction de différents types de lettres commerciales : • demande de renseignements; • réponse à une demande; • accusé de réception; • avis d'un changement à la suite d'une commande; • retard de livraison; • confirmation; • réponse à une réclamation, etc.	- Expliquer, à partir de schémas, les différentes étapes à suivre pour élaborer le plan d'une lettre. - Présenter, à l'aide d'acétates, différents modèles de notes. - Remettre à l'élève un modèle de différents types de lettres commerciales correctement rédigées. - Préparer plusieurs mises en situation.	- Prend des notes. - Rédige la lettre ou la note correspondant à chaque mise en situation.	
	- Moyens de communication : • télécopieur; • courrier interne; • courrier externe (classes d'affranchissement postal).	- Expliquer les divers modes d'expédition du courrier. - Faire une démonstration d'utilisation d'un télécopieur. - Utiliser la documentation explicative de la Société canadienne des postes. - Préparer des études de cas.	- Prend des notes. - Fait une synthèse des règles d'expédition du courrier à l'aide de la documentation fournie. - Solutionne les études de cas.	
Fin des activités de la phase 2.				

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Activités de la phase 3 : **Évaluation de sa capacité de communication.**	- Habiletés acquises en communication. - Moyens à prendre pour s'améliorer.	- Demander à chaque élève de faire le bilan de ses habiletés en communication, à l'aide d'une grille ou d'un questionnaire.	- Présente au groupe un bref exposé sur sa capacité à communiquer : • exprime sa perception de lui-même ou d'elle-même en tant que communicateur ou communicatrice; • exprime les moyens concrets à prendre pour s'améliorer.	- Présente le résultat de sa démarche d'évaluation relativement : • à l'analyse de sa capacité à communiquer; • aux habiletés nouvellement acquises; • aux moyens à prendre pour s'améliorer.

Module : 3		**Codes :**	CPK 183 446222
Titre :	GESTION DU TEMPS	**Durée :**	30 h

Présentation du module

L'objectif de ce module est de rendre les élèves capables d'appliquer des techniques de planification et de gestion du temps. Pour acquérir cette compétence, les élèves devront d'abord reconnaître les principaux obstacles à l'organisation efficace du temps, ainsi que les différentes techniques pour gagner du temps. Par la suite, les élèves apprendront à formuler des objectifs, à distinguer le niveau de rendement des activités et à établir des priorités. À l'étape suivante, ils ou elles devront tenir un agenda et, finalement, organiser et planifier des déplacements.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

L'enseignement théorique des notions de planification et de gestion du temps devrait être appuyé par des études de cas ou des mises en situation liées au métier.

On devrait tenir compte du fait que les élèves n'ont probablement pas tous ou toutes une expérience de travail; ainsi, l'enseignant ou l'enseignante devrait répertorier les différentes tâches incombant au représentant ou à la représentante, dans une semaine, un mois, une année, et mettre en évidence la périodicité des travaux, les contraintes de temps et les échéances, afin que les élèves puissent nommer les activités qu'ils ou qu'elles auront éventuellement à accomplir et les classer d'après leur importance et leur priorité.

Il est important que les élèves acquièrent une discipline et une méthode personnelles pour faciliter l'organisation de leur temps tout au long de leur formation; ils ou elles pourront, par exemple, tenir leur propre agenda.

Quant à l'enseignement des principes d'organisation d'une tournée, on devrait, à l'aide de cas simulés, permettre aux élèves d'exploiter une documentation régionale spécialisée afin d'établir un plan de tournée (cartes, annuaires, listes d'hôtels, guides, horaires, etc.).

Module n° : 3 **Codes :** CPK 183 / 446222

Titre : GESTION DU TEMPS **Durée :** 30 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Définir la gestion du temps.	– Planification du temps.	– Donner une courte définition de la gestion du temps. – Expliquer l'importance de la planification avant la réalisation d'un projet.	– Prépare un projet et en explique les étapes. (ex. : planifier un voyage, un dîner de fête, etc.).	
2. Prendre conscience de l'importance de l'organisation du temps.		– Recourir à l'expérience de l'élève.	– Fait ressortir différentes situations dans lesquelles il ou elle a manqué de temps.	
A. Analyser les obstacles à l'organisation efficace du temps.	– Détermination des principaux «rongeurs de temps» : • dérangements (patron ou patronne, collaborateurs ou collaboratrices, visite imprévue); • téléphone; • courrier; • réunions; • déplacements; • attitude personnelle (manque de méthode); • laisser-faire; • objectifs imprécis; • manque de planification; • manque de ressources, etc. – Moyens pertinents pour surmonter les obstacles.	– Faire un remue-méninges afin de cerner les obstacles à l'organisation rationnelle du temps, les principales causes de perte de temps et les moyens pouvant éliminer ces «rongeurs de temps». – Faire une synthèse en complétant la liste, s'il y a lieu. – Présenter une vidéo (ex. : *Piège du temps* ou *30 façons de gagner du temps*).	– Participe au remue-méninges. – Isole deux «rongeurs de temps», en étudie les causes, tant internes qu'externes et trouve les meilleures solutions possible (en équipe de deux ou trois élèves). – Fait une présentation devant la classe.	– À partir d'une mise en situation : • reconnaissance des principaux obstacles et de leur effet sur la gestion du temps; • détermination des moyens pertinents pour surmonter les obstacles.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
B. Fixer des objectifs.	- Nature d'un objectif. - Types d'objectifs : à long terme, annuel, trimestriel, mensuel, hebdomadaire ou quotidien. - Caractéristiques d'un objectif : • clair; • réaliste; • mesurable; • avec un échéancier. - Formulation d'un objectif. - Moyens d'action pour atteindre un objectif.	- Définir, dans un exposé, les caractéristiques d'un objectif. - Expliquer les éléments contenus dans un objectif : • le quoi : le résultat; • le quand : le facteur temps (ex. : d'ici la fin de l'année, nous augmenterons nos ventes de 30 p. 100). - Préparer une étude de cas.	- Prend des notes. - Évalue la justesse de sa formulation, à partir d'une liste d'objectifs. - Détermine les objectifs et les éléments de travail à prévoir, à partir d'une étude de cas.	- À partir d'une étude de cas : • précision de la formulation des objectifs; • réalisme des objectifs; • sélection des activités pertinentes pour atteindre les objectifs fixés.
3. Reconnaître les divers outils de gestion du temps.	- Outils d'analyse : • journal de temps; • feuille de priorités. - Outils de planification et d'organisation : • calendrier d'organisation interne; • agenda; • calendrier mensuel; • feuille de jour; • plan de projet; • fiche de délégation.	- Présenter divers modèles des principaux outils de gestion du temps. - Expliquer brièvement les avantages et les principes d'utilisation des différents outils.		

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
C. Établir des priorités.	– Précision du niveau de rendement des activités. – Principe de Pareto (principe du 80/20). – Établissement de l'échéancier : • durée des activités; • dates d'échéances. – Détermination de l'ordre de priorité : • essentiel, important, souhaitable, obligatoire, futile; • 1, 2, 3 ou autre. – Sélection des tâches à déléguer. – Délégation des tâches en tenant compte des : • forces et faiblesses; • aptitudes; • goûts.	– Présenter des exposés théoriques. – Préparer des études de cas.	– Établit l'ordre de priorité et motive ses choix à partir d'une liste d'activités ou de tâches à accomplir. – Détermine, en équipe et à l'aide d'un tableau des priorités, les activités à faire (les priorités), à déléguer, à reporter ou à refuser. – Présente, comme porte-parole, la solution que propose son équipe.	– À partir d'une mise en situation : • évaluation réaliste de la durée des activités; • classification des activités en fonction des échéances; • classification des activités en fonction de leur niveau de rendement; • détermination exacte des activités à déléguer; • attribution des activités aux personnes compétentes.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
D. Tenir un agenda.	- Principes d'utilisation : • définition des différentes rubriques : - feuille de l'horaire quotidien; - feuille de planification quotidienne; - feuille de l'horaire mensuel; - calendrier annuel; - autre. • détermination de l'ordre de priorité des activités; • évaluation de la durée des activités, rendez-vous, réunions, etc.; • inscription des activités, rendez-vous, réunions, échéances, etc., à une date déterminée et une heure précise; • marge de manoeuvre pour les imprévus; • report des activités non réalisées.	- Démontrer l'utilité de l'agenda. - Présenter différents modèles d'agendas et expliquer le but des rubriques et les tenir à jour. - Habituer les élèves à tenir à jour leur agenda personnel tout au long du semestre : test, activités spéciales, dates de remises des travaux, périodes pour les imprévus. - Préparer des études de cas.	- Trouve et compare divers modèles d'agendas et en choisit un selon ses besoins. - Complète, à partir d'une étude de cas, un exercice de planification du temps en utilisant le modèle d'agenda choisi. - Compose un modèle d'agenda à partir d'un besoin particulier.	- À partir d'une étude de cas : • inscription des activités en respectant les priorités; • inscription correcte des échéances; • réservation de périodes libres pour les imprévus; • utilisation judicieuse des rubriques de l'agenda; • report des activités non réalisées, dans les plus brefs délais; • inscription correcte des rendez-vous dans l'agenda.
4. Interpréter les formulaires liés à l'emploi du véhicule.	- Frais de déplacement. - Constat à l'amiable.	- Expliquer, à l'aide d'exemples, la façon d'enregistrer toutes les dépenses relatives à l'emploi du véhicule, ainsi que la façon de remplir une déclaration d'accident.	- Remplit un formulaire de réclamation de dépenses et un constat à l'amiable.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
E. Organiser des déplacements.	– Planification des tournées : • fréquence des visites; • évaluation des distances et du temps requis; • établissement du plan de visite; • confirmation du rendez-vous; • établissement de l'itinéraire; • préparation matérielle de la tournée : - documentation générale : cartes, plans, listes d'hôtels, guides, etc.; - documentation sur la clientèle : fiches de clients et clientes, fiches de clientes et clients potentiels; - documentation sur les produits; - bons de commandes; - copies d'un rapport de visite, etc.	– Expliquer les principes d'organisation d'une tournée. – Préparer des simulations.	– Prend des notes. – Établit l'itinéraire de la tournée du représentant ou de la représentante, à partir de cartes, de plans de visite et d'une liste de clients et clientes.	– À partir d'une simulation : • détermination exacte des lieux à visiter; • utilisation des moyens appropriés pour la confirmation des rendez-vous; • choix des itinéraires appropriés; • évaluation réaliste de la durée des déplacements; • préparation appropriée du matériel nécessaire.

Module :	**4**	**Codes :**	**CPK 184** **446233**
Titre :	**CALCULS COMMERCIAUX**	**Durée :**	**45 h**

Présentation du module

Ce module a pour but de permettre à l'élève d'effectuer les calculs commerciaux liés à la fonction du représentant ou de la représentante. C'est au cours de ce module que l'élève se familiarisera avec les notions de base de mathématiques commerciales relatives à la vente.

L'élève apprendra d'abord à faire les calculs concernant les escomptes, ainsi que les calculs de marge commerciale, de prix de vente et de prix coûtant. Par la suite, l'élève pourra effectuer les calculs se rapportant aux bons de commandes. Enfin, les notions de seuil de rentabilité et celles d'analyse prévisionnelle des ventes seront abordées.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Les apprentissages concernant les calculs devraient être effectués à partir de transactions commerciales liées au métier. L'enseignant ou l'enseignante devra préparer divers exemples qui illustreront les applications des différentes formules.

Il est très important que l'élève comprenne le concept des marges de profit et, surtout, comment les calculer. Il faut que l'élève soit en mesure de faire part au client ou à la cliente des marges de profit qu'il réalisera sur les produits qu'il ou qu'elle achète.

Module n° : 4 **Codes :** 446233 / CPK 184

Titre : CALCULS COMMERCIAUX **Durée :** 45 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Calculer le pourcentage d'un nombre.	- Définition du pourcentage. - Calcul du pourcentage : • P : B x T; • P : pourcentage; • B : base; • T : taux.	- Donner des explications théoriques sur le principe de la règle de trois. - Faire des démonstrations simples. - Préparer des exercices progressifs et diversifiés (ex. : calcul de commissions, etc.).	- Prend des notes. - Fait les exercices.	
2. Distinguer les différents types d'escomptes offerts par les manufacturiers ou les manufacturières et les fournisseurs ou les fournisseuses.	- Escompte de caisse (2/10, n/30). - Escompte d'usage (rabais de gros). - Escompte de quantité. - Escompte successif. - Escompte saisonnier. - Escompte promotionnel.	- Définir, à l'aide d'exemples pratiques, les différents types d'escomptes accordés par les manufacturiers ou les manufacturières et les fournisseurs ou les fournisseuses.	- Prend des notes.	
3. Définir les termes relatifs à la fixation d'un prix.	- Termes relatifs à la fixation d'un prix : • prix de catalogue; • remise; • prix net.	- Expliquer, à l'aide d'exemples, les différents termes.	- Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A. Calculer des escomptes.	– Utilisation de la calculatrice. – Méthodes de calcul de l'escompte : • unique; • successif; • de caisse. – Formules à utiliser.	– Énumérer les différentes fonctions d'une calculatrice, au cours d'une démonstration. – Expliquer, à l'aide de transactions commerciales, les méthodes de calcul des différents types d'escomptes. – Expliquer, à l'aide d'exemples, la façon de se servir d'une table de remise. – Préparer des exercices variés. – Faire travailler l'élève avec la calculatrice tout au long de ce module.	– Prend des notes. – Fait les exercices proposés à l'aide d'une calculatrice.	– Application correcte des méthodes de calcul de l'escompte : • unique; • successif; • de caisse.
B. Calculer une marge de profit.	– Définition des termes suivants : • prix de vente; • prix coûtant; • marge de profit; • surmarquage(«mark-up»). – Formules de la marge de profit : • sur un prix de vente : MP : $\frac{PV - PC}{PV}$ • sur un prix coûtant : MP : $\frac{PV - PC}{PC}$ – Interprétation des résultats.	– Expliquer, à l'aide d'exemples, les différents termes. – Expliquer la formule. – Préparer plusieurs exercices et problèmes variés.	– Prend des notes. – Effectue les exercices en appliquant les formules pour calculer le profit, en pourcentage et en argent.	– Détermination juste d'une marge de profit sur : • un prix de vente; • un prix coûtant.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
C. Calculer un prix de vente.	- Calcul du prix de vente à partir du : • prix coûtant et du pourcentage de bénéfice par rapport au prix coûtant; • prix coûtant et du pourcentage de bénéfice par rapport au prix de vente.	- Expliquer, à l'aide d'exemples, les différentes étapes et effectuer les calculs. - Fournir des exercices et des problèmes.	- Prend des notes. - Fait les exercices proposés.	- Détermination du prix de vente approprié à partir du : • prix coûtant et du pourcentage de bénéfice par rapport au prix coûtant; • prix coûtant et du pourcentage de bénéfice par rapport au prix de vente.
D. Calculer le prix coûtant d'un produit pour la vente au détail ou la distribution.	- Calculs relatifs au prix coûtant.	- Expliquer, à l'aide d'exemples, les différentes étapes et effectuer les calculs. - Préparer des exercices pratiques et des problèmes.	- Prend des notes. - Fait les exercices proposés.	- Détermination juste du prix coûtant en tenant compte du bénéfice et du prix de vente.
4. Expliquer les différentes parties du bon de commande.	- Nom et adresse du client ou de la cliente. - Nom et adresse du fournisseur ou de la fournisseuse. - Numéro du bon de commande. - Date. - Mode de livraison. - Conditions de vente. - Quantité. - Description (modèle, style, grandeur, couleur, etc.). - Prix unitaire. - Escompte. - Prix total.	- Présenter divers modèles de bons de commandes remplis.	- Se familiarise avec les données à enregistrer sur le bon de commande.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
5. Expliquer les notions de vente à tempérament.	- Frais de crédit. - Calcul du taux d'intérêt.	- Expliquer, à l'aide d'une transaction commerciale, les frais de crédit chargés sur un achat à tempérament. - Préparer des problèmes.	- Résout les problèmes.	
E. Calculer le coût total d'une commande.	- Calcul des quantités du prix unitaire et du prix total. - Calcul des escomptes ou des remises. - Calcul du financement. - Calcul des taxes. - Calcul du montant net.	- Présenter un bref exposé sur l'importance de la vérification des calculs avant d'acheminer le bon de commande. - Préparer quelques exercices de calcul du coût total de bons de commandes.	- Remplit, en totalité et sans erreur, un bon de commande comportant un escompte.	- Rédaction correcte du bon de commande. - Justesse des calculs relatifs aux : • quantités; • prix coûtants; • escomptes; • conditions de vente; • taxes; • prix nets; • montants nets.
6. Distinguer les éléments de la gestion financière.	- Budget. - État des résultats. - Bilan.	- Présenter, sur acétates, les différents documents et définir les principaux postes et leur signification.	- Prend des notes. - Reconnaît chaque élément apparaissant dans les documents.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
F. Calculer le seuil de rentabilité.	- Définition de : • frais fixes; • frais variables. - Application de la formule $SR = \frac{FF}{1 - \frac{FV}{Ventes}}$ SR = Seuil de rentabilité. FF = Frais fixes. FV = Frais variables. - Interprétation des résultats.	- Définir, à l'aide d'exemples, les types de frais (fixes et variables) en se reportant à l'état des résultats. - Expliquer les calculs relatifs au seuil de rentabilité. - Démontrer, à l'aide d'exemples, les conséquences d'une variation imprévue des ventes, d'une variation des frais fixes ou variables, d'une modification des prix de ventes, etc. - Préparer des exercices.	- Prend des notes. - Effectue les exercices proposés.	- Détermination juste du seuil de rentabilité à partir : • des frais fixes; • des frais variables; • du montant des ventes.
7. Interpréter les données sur les feuilles d'inventaire.	- Formules : • fiche d'inventaire; • feuille d'inventaire physique. - Types d'inventaires. - Méthodes de calcul de l'inventaire.	- Présenter, à l'aide d'acétates, des modèles de fiches et de feuilles d'inventaire remplies et à remplir. - Expliquer les avantages et les inconvénients des différents types d'inventaires. - Donner des explications, au moyen d'exemples, sur les trois méthodes de calcul de l'inventaire permanent. - Préparer une mise en situation qui permettra de remplir des fiches d'inventaire et de calculer le solde des stocks d'une entreprise donnée. - Fournir le matériel et l'information requise.	- Prend des notes. - Calcule le solde de fiches d'inventaire partiellement remplies. - Calcule la quantité à commander.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
G. Établir des prévisions de ventes.	– Analyse de l'historique des ventes. – Calcul de la variation des ventes en unités ou en pourcentages. – Projection des ventes.	– Expliquer, à l'aide de feuilles d'inventaire et de rapports des ventes, la façon d'établir des comparaisons entre le volume des ventes d'une période avec celle d'une autre période. – Établir et justifier les prévisions des ventes à l'aide d'une analyse des résultats des ventes d'un secteur donné et pour une période donnée. – Préparer des études de cas.	– Prend des notes. – Résout les études de cas.	– Analyse judicieuse de l'historique des ventes basée sur : • la tendance du marché; • la saison; • la période de l'année; • la concurrence, etc. – Détermination juste de la variation des ventes en unités et en pourcentages.
8. Définir les types de budgets.	– Selon la structure de l'entreprise : • vente; • achat; • publicité, etc.	– Distinguer, à l'aide d'exemples, les différents types de budgets.		
H. Établir les prévisions budgétaires des activités d'un représentant ou d'une représentante.	– Marche à suivre : • estimation des revenus; • allocation des dépenses prévisionnelles : essence, repas, hébergement, promotion, etc.; • répartition des montants.	– Expliquer à l'aide d'un exemple. – Préparer des exercices.	– Prend des notes. – Établit un budget.	– Préparation appropriée d'un budget.

Module : 5		**Codes :**	CPK 185 446244
Titre :	LOGICIELS D'APPLICATION EN BUREAUTIQUE	**Durée :**	60 h

Présentation du module

L'objectif de ce module est de rendre les élèves capables d'utiliser les différents logiciels d'application suivants : base de données, tableur électronique et traitement de textes.

Dans un premier temps, on familiarisera les élèves avec les principes d'utilisation d'un système informatique et la façon de charger un logiciel, tout en tenant compte des connaissances et de l'expérience en informatique que possèdent déjà certaines et certains élèves. Par la suite, les élèves apprendront à ouvrir un fichier, à saisir ou à modifier les données et, finalement, à sauvegarder et à imprimer un fichier. Ce processus devrait être suivi pour chacun des logiciels d'application.

Le contenu de ce module correspond aux apprentissages de base en ce qui concerne l'utilisation des différents logiciels et ne conduit pas à la maîtrise de chacun de ces derniers. Nous pensons cependant que les habiletés acquises au cours de l'étude de ce module seront suffisantes pour permettre aux élèves d'utiliser l'ordinateur comme un outil de travail.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Afin de permettre à chaque élève d'acquérir la compétence attendue à l'intérieur du temps alloué, chacun et chacune devra avoir accès à un poste de travail informatisé.

L'enseignement de ce module nécessitera de nombreuses consignes et démonstrations.

Afin de simuler la situation de travail pour l'apprentissage du logiciel de base de données, l'enseignant ou l'enseignante devrait préparer une disquette de travail, pour chaque élève, contenant des fichiers où l'information est déjà structurée et organisée. L'élève n'aurait qu'à consulter, modifier ou classer l'information selon les consignes de l'enseignant ou de l'enseignante.

L'enseignement de l'utilisation du tableur électronique devrait être fait de la même manière que le logiciel de base de données. Il faudrait créer des modèles simples de feuilles de calcul (budget, projection de ventes, etc.), afin que l'élève puisse effectuer des simulations à partir de ces données et en analyser les résultats.

L'apprentissage du traitement de textes devrait permettre à l'élève de créer des documents simples (lettres, notes, etc.) à l'aide du logiciel.

Module n° : 5 **Codes :** CPK 185 / 446244

Titre : LOGICIELS D'APPLICATION EN BUREAUTIQUE **Durée :** 60 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Décrire sommairement le fonctionnement des composantes d'un ordinateur.	- Unité centrale de traitement. - Unité d'entrée. - Unité de commande et de contrôle. - Unité arithmétique et logique. - Unités de sortie. - Mémoire vive et morte. - Capacité de mémoire.	- Présenter, à partir de démonstrations, les notions relatives aux rôles et aux fonctions de chaque composante. - Expliquer le chemin parcouru par l'information (entrée, mémoire, sortie). - Utiliser un film vidéo pour renforcer les notions apprises.	- Note et conserve, dans un lexique, les termes utilisés dans ce module. - Visionne la vidéo *Octopuce* et donne ses commentaires.	
2. Décrire les caractéristiques techniques des périphériques de l'ordinateur.	- Clavier. - Écran. - Lecteurs de disquettes. - Imprimante.	- Présenter, à partir de démonstrations, les caractéristiques techniques des périphériques. - Se servir de fiches techniques, dépliants publicitaires, etc. - Préciser les précautions à prendre en manipulant des appareils ou du matériel informatiques.	- Explore le clavier en essayant les différentes touches. - Expérimente le processus de communication clavier-écran.	
3. Utiliser les commandes de base du système d'exploitation.	- Commandes de base du système d'exploitation (SED ou DOS) : • formatage; • vérification; • copie; • répertoire.	- Expliquer les commandes de base. - Faire une démonstration pour chaque commande.	- Prend des notes. - Pratique l'utilisation des commandes de base.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A. Accéder à un logiciel.	- Méthode de chargement d'un logiciel.	- Démontrer la méthode de chargement d'un logiciel.	- Manipule des logiciels.	- Respect de la méthode de chargement du logiciel.
4. Décrire les diverses applications d'une base de données.	- Présentation générale des bases de données.	- Expliquer la notion de base de données. - Démontrer, à l'aide d'exemples, l'utilité d'une base de données dans différentes activités économiques.	- Prend des notes.	
5. Décrire les termes relatifs à l'utilisation d'une base de données.	- Définition des termes suivants : • fiche; • fichier; • champ; • banque de données; • base de données.		- Prend des notes et complète le lexique.	
B. Utiliser un logiciel de base de données.	- Utilisation des commandes pour : • examiner un fichier; • remplir des fiches; • modifier des fiches; • ajouter ou supprimer des fiches; • sélectionner des champs; • sauvegarder des données; • imprimer des fiches ou un fichier.	- Présenter la notion d'appel d'un fichier dont la structure a été mémorisée et expliquer le contenu affiché à l'écran. - Remplir les fiches et expliquer la manière de corriger certaines erreurs d'écriture. - Ajouter de nouvelles fiches avec démonstration et explication de la méthodologie utilisée. - Faire une démonstration de la ou des différentes méthodes utilisées dans la suppression des fiches.	- Prend des notes. - Utilise un fichier (noms et adresses) et remplit ou modifie les fiches d'après les directives émises par l'enseignant ou l'enseignante. - Supprime certaines fiches dans un fichier (noms et adresses) et en vérifie le résultat.	- Justesse des données inscrites. - Justesse des modifications. - Sélection appropriée des champs. - Ajout ou suppression appropriés des fiches. - Impression correcte des fiches ou d'un fichier.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
		- Mémoriser le fichier avec les nouvelles données inscrites sur les fiches et expliquer la façon de circuler d'une fiche à l'autre. - Présenter la façon d'afficher à l'écran les champs choisis et définir les ordres requis pour l'exécution de ces opérations. - Expliquer, au cours d'une démonstration, les commandes de sortie sur imprimante.	- Circule d'une fiche à l'autre et fait les corrections nécessaires. - Utilise un fichier (noms et adresses) et suit les directives émises quant à la sélection exigée. - Imprime, à partir du fichier (noms et adresses), en suivant les directives émises par l'enseignant ou l'enseignante.	
6. Décrire les différentes utilisations d'un tableur électronique.	- Présentation du tableur : • avantages; • caractéristiques.	- Énumérer les nombreux avantages du logiciel. - Préciser l'importance du tableur comme outil d'aide à la prise de décision. - Projeter sur écran, à l'aide du logiciel et d'une disquette, différentes applications (budget, statistiques, notes d'études, feuilles de paie, etc.). On devra susciter la curiosité et l'intérêt des élèves et s'abstenir de fournir des explications trop techniques.	- Trouve des exemples concrets pouvant illustrer l'utilisation d'un tableur.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
7. Définir les termes relatifs à l'utilisation d'un tableur électronique.	- Définition des termes : • feuille de calcul; • ligne; • colonne; • cellule; • adresse; • pointeur de cellule.		- Prend des notes et complète le lexique.	
C. Utiliser un tableur électronique.	- Accès au fichier. - Explication du menu des commandes. - Saisie de données. - Modification de données. - Principales opérations arithmétiques de base. - Sauvegarde du fichier. - Impression du fichier ou d'une partie de fichier.	- Afficher un chiffrier à l'écran et montrer les différentes techniques de déplacement et de corrections, les types de données et les modes que peut contenir une cellule. - Expliquer le fonctionnement du menu des commandes et sous-commandes du tableur utilisé. - Décrire, au cours d'une démonstration, l'utilisation des fonctions F1 à F10. - Introduire, à l'aide d'une application simple, une constante et une formule mathématique dans une cellule.	- Expérimente l'utilisation du tableur électronique. L'élève aura sur sa disquette quelques fichiers fournis par l'enseignant ou l'enseignante (ex. : chiffriers simples : budget des ventes, état de compte, feuille d'inventaire, etc.).	- Justesse de la saisie. - Justesse des modifications. - Application correcte des fonctions arithmétiques de base. - Sauvegarde du fichier. - Impression correcte d'un fichier ou d'une partie de fichier.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
		- Modifier l'aspect du chiffrier et de l'affichage des données. - Sauvegarder un chiffrier. - Expliquer la notion d'étendue en vue d'imprimer. - Appliquer cette notion dans l'impression d'une partie du chiffrier. - Imprimer la totalité du chiffrier.	- Rappelle un chiffrier existant à l'écran et ajoute ou supprime des rangées et des colonnes. - Sauvegarde un fichier et l'imprime.	
8. Décrire les diverses applications d'un logiciel de traitement de textes. 9. Décrire les fonctions des principales touches du clavier.	- Présentation des fonctions et des avantages d'un logiciel de traitement de textes. - Touches : • de fonctions (F1 à F12); • caractères, lettres (minuscules, majuscules, permanentes, temporaires), chiffres; • barre d'espacement; • effacement de caractères; • caractères spéciaux.	- Énoncer les applications d'un logiciel de traitement de textes.	- Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
D. Utiliser un logiciel de traitement de textes.	- Création d'un fichier. - Modification du texte : • insertion; • suppression; • effacement; • déplacement. - Sauvegarde d'un fichier. - Impression.	- Expliquer les formats de mise en pages et leur utilisation. - Préparer des exercices de façon que l'élève puisse créer un fichier. - Effectuer, au cours d'une démonstration, les fonctions de correction d'un texte. - Faire appliquer toutes ces fonctions dans les exercices appropriés. - Expliquer la fonction de sauvegarde d'un texte. - Expliquer le procédé de mise à jour d'un texte. - Expliquer l'impression, à partir de l'écran et du disque, ainsi que la technique à appliquer au cours d'une démonstration.	- Effectue la saisie, procède aux corrections, sauvegarde le document et l'imprime, à partir de textes simples fournis par l'enseignant ou l'enseignante.	- Création d'un fichier. - Justesse de la saisie et de la modification. - Sauvegarde d'un fichier. - Impression correcte d'un fichier.

Module : 6		**Codes :**	CPK 186 446258
Titre :	VENTE ET REPRÉSENTATION	**Durée :**	120 h

Présentation du module

L'objectif de ce module est de permettre à l'élève d'acquérir les principes et la technique de la vente dans un contexte de représentation.

L'élève se familiarisera tout d'abord avec la préparation de ses visites en appliquant une méthodologie pour l'amener à la connaissance des produits et de la clientèle. On lui expliquera comment prendre contact avec un client ou une cliente et découvrir les besoins de celui-ci ou de celle-ci. Ensuite, l'élève apprendra à conclure une démonstration en choisissant les arguments pertinents et en traitant les objections de façon appropriée. Finalement, la négociation des conditions, la conclusion de la vente et le suivi après-vente lui seront enseignés.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Dans le but de rendre significatives les activités d'apprentissage prévues au module, l'enseignant ou l'enseignante aura avantage à utiliser abondamment l'audiovisuel (vidéos, films). Les mises en situation et les jeux de rôles devraient également être grandement utilisés puisqu'ils permettent une meilleure assimilation de la théorie. L'enseignant ou l'enseignante devra fournir des scénarios de ventes.

Module n° : 6

Codes : 446258 / CPK 186

Titre : VENTE ET REPRÉSENTATION

Durée : 120 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Définir la vente.	– Historique de la vente. – Objectifs humanitaires et économiques de la vente.	– Faire un exposé théorique. – Discuter avec les élèves des mythes concernant la vente.	– Prend des notes. – Participe à la discussion.	
2. Saisir l'importance du rôle du représentant ou de la représentante dans l'entreprise.	– Rôle du représentant ou de la représentante : • réalisation de ventes; • contribution à la bonne réputation de l'entreprise; • service au client et à la cliente; • information sur les produits et leur évolution; • vulgarisation des techniques, etc.	– Présenter, dans un exposé informel et à l'aide d'exemples ou de cas, l'importance du rôle du représentant ou de la représentante. – Demander aux élèves de préparer une rencontre avec un représentant ou une représentante afin de le ou la questionner sur son expérience et sur son rôle dans l'entreprise.	– Prend des notes. – Interview la personne invitée. – Présente au groupe le compte rendu de la rencontre et le met en commun avec le groupe.	
3. Définir les qualités que doit posséder un représentant ou une représentante.	– Qualités d'ordre : • physique (santé, présentation, etc.); • moral (volonté, honnêteté, etc.); • psychologique; • intellectuel (faculté d'adaptation, sens de l'organisation, etc.); • social (amabilité, tact, maîtrise de soi, etc.).	– Remue-méninges sur les qualités requises dans le domaine de la représentation.	– Participe au remue-méninges.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
4. Reconnaître des catégories de clients et de clientes et certaines des caractéristiques qui influencent leur décision d'achat.	- Catégories : • industriels; • grossistes; • détaillants; • secteur public; • consommateurs. - Caractéristiques : • fiabilité; • conditions de paiement; • délai de livraison; • marge de profit; • respect de la procédure; • prix, etc.	- Présenter, à l'aide d'exemples, un exposé sur les différentes catégories d'acheteurs et d'acheteuses et certains aspects qui influencent leur décision d'achat. - Préparer des mises en situation.	- Prend des notes. - Détermine, à l'aide de mises en situation, les motifs d'achat d'une clientèle cible.	
5. Distinguer les principales catégories de biens et de services mis en marché.	- Biens de consommation. - Biens industriels. - Services.	- Faire un exposé sur les principales catégories de biens et de services mis en marché.	- Distingue les biens de consommation personnels des biens industriels et détermine les services personnels offerts par des professionnels et professionnelles et des entreprises.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
6. Repérer les sources d'information relatives au produit.	- Catalogues. - Publications spécialisées. - Dépliants publicitaires. - Lancements. - Foires ou salons commerciaux, etc.	- Décrire et détailler les sources d'information disponibles pour connaître les biens et services offerts par les entreprises. - Expliquer l'importance de se constituer une banque d'information sur différents produits et services. - Faire prendre conscience aux élèves de la nécessité de tenir à jour leur connaissance des produits et services. - Inviter un représentant ou une représentante de l'industrie à faire la présentation d'un produit.	- Rassemble, à partir d'une liste de produits, les sources d'information disponibles pour faire la fiche descriptive d'un produit. - Recherche des documents d'information et monte un centre de documentation.	
7. Décrire les étapes d'une vente.	- Étapes de la vente : • approche; • besoins; • présentation; • réponses aux objections; • fermeture.	- Présenter un exposé oral. - Présenter une vidéo (ex. : *Les sept étapes de la vente*).	- Visionne la vidéo.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A. Préparer ses visites.	– Établissement de son itinéraire. – Connaissance du dossier du client ou de la cliente : • catégorie de clientèle; • nom de la personne qui décide; • évolution du chiffre d'affaires; • fréquence des commandes; • conditions de vente, etc. – Constitution du dossier sur le produit : • fiche technique : - nom du produit; - dimensions; - caractéristiques techniques; - caractéristiques commerciales; - caractéristiques psychologiques. – Préparation matérielle : • échantillons; • fiches techniques; • calculatrice; • tarifs; • cartes de visite, etc. – Préparation de l'argumentaire personnalisé.	– Expliquer, au cours d'un exposé et à l'aide d'exemples, les éléments du fichier des clients et des clientes et du fichier des produits en rapport avec la visite à préparer.	– Délimite son territoire de vente à l'aide de cartes géographiques. – Élabore des fiches de clients et de clientes. – Élabore des fiches de produits.	– À partir d'une étude de cas : • élaboration de son itinéraire; • analyse appropriée du dossier du client ou de la cliente; • préparation appropriée : - du dossier sur le produit; - du matériel nécessaire; - de l'argumentation de vente.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
8. Reconnaître les traits psychologiques de clients et de clientes et indiquer les attitudes qu'il convient d'adopter.	- Types de clients et de clientes : • bavard ou bavarde; • difficile; • timide; • orgueilleux ou orgueilleuse; • naïf ou naïve; • revêche, etc. - Attitudes à adopter : • retour au sujet; • logique; • climat; • flatterie; • limites de la situation; • amabilité, etc. Réf. : module 2.	- Décrire, dans un exposé, les divers types de clients et de clientes et faire prendre conscience de l'importance de percevoir rapidement ces types afin d'y adapter son comportement. - Faire préparer des simulations par les élèves.	- Prend des notes. - Participe aux simulations où deux élèves à la fois jouent le rôle de représentant ou de représentante et de client ou de cliente. Les élèves qui observent déterminent : • le type de client ou de cliente; • l'attitude adoptée par le représentant ou la représentante.	
B. Prendre contact avec un client ou une cliente.	- Préparation et stratégie du contact. - Création d'un climat favorable à l'entretien de vente. - Présentation et attitudes pour une bonne prise de contact. - Phrases et vocabulaire à employer.	- Faire un exposé théorique sur la façon de créer un climat de sympathie et sur les principes de communication à adopter. - Fournir une liste de phrases et de mots clichés à éviter. - Préparer des mises en situation sur la prise de contact au cours d'une visite d'un client ou d'une cliente.	- Prend des notes. - Participe aux mises en situation.	- À partir d'une mise en situation : • prise de rendez-vous au moment approprié; • respect des règles de courtoisie; • pertinence du discours choisi pour attirer l'attention.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
9. Décrire les éléments de la formule AIDA.	- Attention. - Intérêt. - Désir. - Action	- Expliquer la formule AIDA et en justifier l'importance.	- Prend des notes.	
C. Déterminer les besoins d'un client ou d'une cliente.	- Hiérarchie des besoins : • théorie de Maslow. - Motivations et freins à l'achat. - Méthode d'écoute active. - Technique des questions : • ouvertes; • fermées; • orientées; • de précision. - Reformulation des besoins.	- Faire des exposés théoriques. - Préparer des études de cas. - Préparer des mises en situation.	- Prend des notes. - Décèle les besoins du client ou de la cliente, à partir d'études de cas. - Détermine les divers types de questions à poser, à partir d'études de cas. - Utilise, à partir de mises en situation, la technique de reformulation afin d'obtenir l'accord du client ou de la cliente.	- À partir d'une mise en situation : • perception juste des besoins du client ou de la cliente; • reformulation précise des besoins.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
D. Faire une démonstration.	– Principes d'une bonne démonstration. – Présentation des arguments de vente : • recherche de l'information (fiche sur le produit, fiche sur l'entreprise); • analyse et exploitation de l'information : transformer les caractéristiques en arguments, classer les arguments, structurer chaque argument; • adaptation de l'argumentation par rapport aux clients et aux clientes et par rapport aux produits concurrents. – Choix de la preuve ou des témoignages.	– Expliquer la différence entre les caractéristiques, les avantages et les bénéfices d'un produit. Ex. : • caractéristiques : description, composition, etc.; • avantages : ce par quoi il est supérieur; • bénéfices : satisfaction procurée par le produit. – Présenter le schéma d'élaboration d'un argumentaire. – Visionner des vidéos (ex. : série «Art de vendre» : *La présentation* ou *Raison d'acheter*). – Préparer des simulations.	– Énumère, à partir d'une liste de produits, les caractéristiques et les avantages d'un produit ainsi que les bénéfices qu'il procure. – Prépare différents argumentaires pour un même produit, selon les besoins variés de clients ou de clientes. – Fait une démonstration enregistrée sur vidéo, à l'aide d'un produit déterminé.	– À partir d'une simulation : • choix des arguments de vente pertinents en tenant compte des besoins du client ou de la cliente, des caractéristiques et des avantages du produit ainsi que des bénéfices qu'il procure; • choix de la preuve ou des témoignages appropriés.
10. Décrire les principales objections d'un client ou d'une cliente.	– Définition de l'objection. – Description des formes d'objections. – Signification des principales objections.	– Expliquer, au cours d'un exposé, les différents types d'objections soulevées par l'interlocuteur ou l'interlocutrice au cours d'une présentation, ainsi que le sens des objections émises par le client ou la cliente.	– Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
E. Recevoir et traiter les objections.	– Technique de l'écho (écoute et reformulation). – Principes à respecter. – Techniques de réponses : • méthode du silence; • méthode interrogative; • méthode du désamorçage, etc. – Description des principaux arguments de réponses. – Traitement du prix.	– Faire un exposé théorique. – Présenter une vidéo (ex. : *Entretien de vente dans les services*). – Préparer des simulations pour amener l'élève à répondre aux objections.	– Prend des notes. – Visionne la vidéo et fait des commentaires. – Participe aux simulations : réfuter les objections et recevoir l'accord du client ou de la cliente.	– À partir d'une simulation : • reformulation appropriée de l'objection; • choix de l'argumentation de vente appropriée; • pertinence des réponses aux objections.
F. Négocier des conditions.	– Choix des conditions : • modalités de paiement; • quantité de produits; • prix du produit; • espace en magasin; • promotion des ventes (concours, primes, échantillons, coupons de réduction, matériel de publicité au point de vente, etc.); • exclusivité, etc. – Acceptation des conditions.	– Expliquer, au cours d'un exposé, les différentes modalités de paiement. – Expliquer, au cours d'un exposé, les techniques de marchandisage, telles que : • relation entre marchandisage et les activités publicitaires et promotionnelles; • espace réservé en magasin; • prix et escomptes; • exclusivités; • aide à la gestion des stocks, etc.	– Prend des notes. – Détermine, dans une situation donnée, l'information à demander pour conseiller le client ou la cliente sur le mode de paiement, le plan d'entretien du matériel vendu, la promotion des produits, etc.	– À partir d'une étude de cas : • choix judicieux des conditions de vente à proposer; • acceptation des conditions de vente appropriées.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
11. Décrire le cadre juridique des échanges commerciaux.	– Notions de contrat : • définition du contrat de vente; • conditions nécessaires à la validité des contrats; • obligations du vendeur ou de la vendeuse et de l'acheteur ou de l'acheteuse. – Nature et rôle de l'Office de la protection du consommateur : • contrats visés par la Loi; • renseignements obligatoires dans un contrat; • dispositions visant à informer et à protéger le consommateur ou la consommatrice : - en matière de conditions de vente, du prix et de la qualité; - en matière de publicité et de promotion des ventes.	– Expliquer, à l'aide d'exemplaires de contrats, les clauses et la validité des contrats.	– Exploite une documentation juridique simple relative au métier (revues spécialisées, textes de base) pour déterminer le cadre juridique à respecter afin d'argumenter ou de réfuter des objections de la clientèle ou de proposer des conditions particulières.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
G. Conclure une vente.	– Reconnaissance des signaux d'achat (verbaux et non verbaux) : • paroles; • gestes; • attitudes du client ou de la cliente, etc. – Techniques de conclusion de la vente. – Rédaction du bon de commande ou du contrat. – Prise de congé : • qui en prend l'initiative; • quand; • comment.	– Présenter, au cours d'un exposé oral, les techniques sur l'art de conclure une vente. – Présenter une vidéo (ex. : *Conclure la vente*). – Expliquer une formule de conclusion. Exemple : **F**lairer l'occasion; **E**ngager le processus; **R**écapituler les accords; **M**inimiser le prix; **E**crire la commande; **R**emercier et se retirer. – Préparer des simulations.	– Prend des notes. – Participe aux simulations en négociant la conclusion de la vente à l'aide des techniques appropriées.	– À partir d'une simulation : • interprétation juste des signaux d'achat, verbaux et non verbaux; • utilisation appropriée des techniques de conclusion; • prise correcte de la commande ou obtention de la signature du contrat; • justesse des calculs; • choix du moment approprié pour la prise de congé.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
H. Consolider la vente.	– Utilisation des logiciels appropriés. – Transmission du bon de commande. – Vérification de la satisfaction du client ou de la cliente. – Rédaction du rapport de visite. – Règle de Pareto (principe du 80/20) : • efficacité de la visite; • rentabilité de la visite. – Analyse des ventes : • écarts entre : - les prévisions; - les objectifs et les résultats de la visite.	– Faire un exposé sur les modes de transmission de la commande. – Expliquer la façon d'entretenir la confiance du client ou de la cliente et de mesurer le degré de satisfaction. – Faire un exposé sur : • les règles de présentation du rapport de visite; • la règle de Pareto; • la façon d'analyser les ventes. – Préparer des mises en situation.	– Prend des notes. – Transcrit l'information sur la fiche du client ou de la cliente. – Prend des notes. – Rédige le rapport correspondant à la mise en situation.	– À partir d'une mise en situation : • respect des conditions négociées; • transmission correcte de la commande; • vérification de la satisfaction du client ou de la cliente; • rédaction appropriée du rapport de vente; • analyse judicieuse des résultats de ventes; • utilisation correcte des logiciels d'application en bureautique.
I. Assurer le service après-vente.	– Traitement des réclamations concernant : • le produit (utilisation, installation); • la livraison (délais, conditions); • la garantie; • le recouvrement des créances; • les échanges de produits; • les contrats d'entretien. – Application d'une méthode pour assurer la qualité totale (méthode Z).	– Expliquer et analyser, à l'aide d'exemples, la résolution de différents problèmes. – Préparer des études de cas afin de répondre adéquatement aux réclamations d'un client ou d'une cliente.	– Prend des notes. – Résout l'étude de cas. – Fait une analyse des causes des réclamations les plus fréquentes et suggère des améliorations possibles.	– À partir d'une étude de cas : • réponses appropriées aux réclamations du client ou de la cliente; • application d'un mécanisme pour assurer la qualité totale.

Module : 7		**Codes :**	CPK 187 446263
Titre :	PROSPECTION	**Durée :**	45 h

Présentation du module

Ce module a pour but de rendre les élèves capables d'appliquer les techniques relatives à la prospection de la clientèle, à son développement et à sa fidélisation.

Au cours de ce module, les élèves apprendront d'abord à délimiter un territoire de vente en repérant, sur une carte géographique, la clientèle importante et en établissant des circuits de visite d'une clientèle. Ensuite, les élèves apprendront à déterminer la clientèle potentielle, et à tenir et à mettre à jour un fichier de cette clientèle (informatisé ou non). Après avoir défini la méthode d'approche, les élèves l'appliqueront par la prise de contact avec le client ou la cliente, par téléphone ou par courrier, et en effectuant une visite d'une cliente ou d'un client potentiel. Finalement, après la première visite de prospection, les élèves apprendront à faire la relance des clientes et clients potentiels, à l'aide du fichier de cette clientèle, ainsi qu'à rédiger un rapport des activités de prospection.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Mentionnons d'abord qu'il faudrait rappeler aux élèves que, dans une situation réelle, la prospection sur un territoire de vente varie selon les consignes de la compagnie. Le représentant ou la représentante sert d'intermédiaire et d'élément déclencheur dans l'ensemble du processus.

Afin de réaliser son apprentissage, chaque élève pourrait approfondir un secteur d'activité particulier (produits alimentaires, produits électriques ou autres produits) et appliquer la démarche de prospection sur un territoire donné.

L'enseignant ou l'enseignante devra préparer le matériel approprié aux apprentissages de ce module. De nombreuses et fréquentes mises en situation favoriseront l'apprentissage des techniques de prospection.

Module n° : 7

Titre : PROSPECTION

Codes : CPK 187 / 446263

Durée : 45 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Définir la prospection et ses buts.	- Nature : démarche en vue de repérer des clientes ou clients potentiels. - Utilité et buts : • assurance de la régularité des ventes; • maximisation des résultats des efforts promotionnels.	- Faire un exposé sur les objectifs commerciaux de l'entreprise et sur la place de la prospection dans cet ensemble.	- Prend des notes.	
2. Interpréter des cartes géographiques.	- Évaluation des distances.	- Expliquer les différentes légendes sur une carte géographique.	- Calcule des distances.	
A. Délimiter le territoire de vente.	- Analyse d'un territoire de vente. - Détermination du territoire de vente (secteur géographique). - Subdivision du territoire.	- Analyser un territoire de vente quant à la géographie du territoire, au type de population ou d'entreprise et au pourcentage de vente per capita.	- Découpe un secteur de vente en utilisant la carte géographique d'une région.	- À partir d'une mise en situation : • réalisme concernant la grandeur du territoire choisi; • subdivision appropriée du territoire.
3. Décrire les divers types de marchés.	- Consommation. - Distribution. - Fabrication. - Marché local, régional, provincial, national ou international.	- Faire un exposé sur les types de marchés.	- Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
4. Percevoir l'évolution et les tendances du marché.	- Caractéristiques de la demande : • volume et évolution de la demande; • types de clientèles; • marché potentiel; • environnement politique et légal; • conjoncture économique. - Caractéristiques de l'offre : • concentration ou multitude de concurrents; • principaux concurrents.	- Faire un exposé théorique sur la connaissance quantitative (combien) et sur la connaissance qualitative (qui? quoi? où? quand? comment? pourquoi?) d'un secteur.	- Prend des notes.	
5. Relever les sources d'information relatives au marché.	- Données sur l'environnement : • Système Predicast; • Index de l'actualité économique; • Système Radar. - Banques de données publiques : • Statistique Canada (le recensement des manufacturiers, le recensement canadien, les dépenses des ménages; • Le CRIQ. - Banque de données privées : • Dun & Bradstreet; • le Canadian Trade Index; • Compusearch Limitée; • Scott; • PMB; • A.C. Neisen	- Faire un exposé décrivant les différentes sources documentaires relatives au marché. - Concevoir et présenter un cas relatif à l'évolution du marché d'un produit donné, à partir de différentes études statistiques.	- Prend des notes. - Fait une recherche sur un produit donné et trouve toutes les sources d'information disponibles sur les tendances du marché par rapport à ce produit.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
B. Déterminer la clientèle cible.	- Définition de critères de sélection de clientes et de clients potentiels : • besoins immédiats du client ou de la cliente; • capacité de payer; • possibilité de rencontre; • distance, etc. - Évaluation de clients et clientes pouvant acheter le produit : • profil d'achat; • potentiel d'achat de ces clients et clientes. - Loi de la protection du consommateur et Charte des droits et libertés de la personne.	- Faire un exposé. - Préparer des mises en situation. - Faire un exposé sur les lois qui concernent la détermination de la clientèle.	- Prend des notes. - Dresse, pour un produit ou un service déterminé, une liste de clientes et clients potentiels à rejoindre et les classe par catégories, selon la priorité à leur accorder. - Sélectionne des clientes et clients potentiels à partir de critères donnés. - Consulte des fichiers manuels ou informatisés relatifs aux clientes et aux clients actuels ou potentiels.	- À partir d'une mise en situation : • analyse pertinente des caractéristiques des clientes et clients potentiels; • choix judicieux de clientes et clients pouvant acheter le produit.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
C. Constituer un fichier de clientes et clients potentiels.	– Renseignements à enregistrer : • nom de la personne ou de l'entreprise potentielle; • adresse, téléphone, télécopieur; • nom des personnes à rencontrer (responsables de la prise de décisions, des achats, etc.), et leur titre ou leur fonction; • activités de l'entreprise; • utilisations possibles par l'entreprise des produits ou services offerts; • concurrence; • historique des démarches. – Types de classements des fiches par : • territoire; • ordre alphabétique; • ordre numérique; • ordre chronologique (date de rappel).	– Expliquer, à l'aide d'acétates, la façon de disposer les éléments qui doivent paraître sur la fiche de clientes ou clients potentiels. – Compléter des fiches de clientes et clients potentiels à l'aide d'un logiciel de base de données. – Faire un exposé sur les avantages des différents types de classements. – Développer une méthode de travail chez l'élève. – Préparer des exercices de classement.	– Manuellement, compiète des fiches de clientes et clients potentiels. – Monte un fichier informatisé de clientes et clients potentiels. – Classe des fiches de clientes et clients potentiels.	– À partir d'une mise en situation : • inscription de l'information pertinente; • classification appropriée des fiches par : - territoire; - ordre alphabétique, numérique ou chronologique.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
D. Déterminer la démarche à faire auprès des clientes et clients potentiels.	– Prospection (directe et indirecte) : • en chaîne : d'un client ou d'une cliente à une cliente ou un client potentiel; • par centre d'influence; • par groupe. – Moyens de prospection (techniques) : • contact personnel; • contact téléphonique; • correspondance; • publipostage : concours, garanties, etc. • démarchage téléphonique; – Charte des droits et libertés de la personne.	– Faire un exposé et, à l'aide d'acétates, expliquer les types de prospections. – Expliquer les avantages et les inconvénients des différentes méthodes de prospection.	– Prend des notes. – Détermine le type de prospection répondant le mieux à un produit, à un service donné, ou à un marché. – Prépare un plan de prospection pour la vente d'un produit ou d'un service donné.	– À partir d'une étude de cas : • choix judicieux du type de prospection; • choix des moyens appropriés pour entrer en contact avec une cliente ou un client potentiel.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
E. Prendre des rendez-vous avec des clientes et clients potentiels.	– Choix des moyens appropriés : • lettre de prospection; • appel téléphonique pour prendre rendez-vous. – Méthode pour la rédaction d'une lettre de prospection : • utilisation de la formule AIDA; • introduction : se détacher des entreprises concurrentes dès les premières phrases; • nombre et choix des arguments utilisés : l'approche par l'entreprise ou l'approche par ses produits; • conclusion : l'invitation à l'action; • caractéristiques de la lettre : clarté et concision, qualité de la langue, présentation et disposition du texte.	– Présenter un exposé sur la façon d'établir le premier contact avec la cliente ou le client potentiel. – Expliquer, à l'aide d'exemples, comment rédiger une lettre de prospection.	– Prend des notes. – Rédige une lettre de prospection pour un produit ou un service donné. – Modifie (corrige) des exemples de lettres.	– À partir d'une mise en situation : • préparation appropriée des appels et des lettres; • établissement des contacts au moment propice; • respect du protocole téléphonique; • inscription correcte des rendez-vous dans l'agenda; • relevé correct de renseignements supplémentaires sur la fiche de clientes et clients potentiels.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
E. (suite)	– Étape de l'appel téléphonique pour prendre rendez-vous : • préparation (fiche de préparation téléphonique); • salutations; • présentations; • fondement de l'appel; • raison de l'appel; • détente; • proposition de rendez-vous et attente de la réponse; • prise de congé. – Qualité de l'appel : • politesse; • clarté, concision; • qualité de l'expression; • formule AIDA. – Ajout de renseignements supplémentaires sur la fiche des clientes et clients potentiels. – Loi de la protection du consommateur.	– Expliquer l'importance d'une préparation rigoureuse de l'appel téléphonique. – Présenter, au moyen d'exemples, des solutions aux difficultés pour prendre rendez-vous par téléphone (ex. : appels filtrés, façons de traiter des objections, etc.). – Préparer plusieurs jeux de rôles sur la prise de rendez-vous par téléphone. – Utiliser les instruments de travail quotidien du représentant ou de la représentante : • fiches de rendez-vous; • feuille de route, etc.	– Prend des notes. – Pratique des jeux de rôles à partir des scénarios fournis par l'enseignant ou l'enseignante.	
6. Préciser l'importance de la préparation de la visite de prospection.	– Analyse de ses points forts et des points faibles de la concurrence. – Préparation personnelle : • apparence physique; • attitude et comportement.	– Faire un exposé théorique. – Préparer une mise en situation où l'élève a à se préparer pour la visite d'un client ou d'une cliente ainsi que d'un territoire.	– Prend des notes. – Résout la mise en situation.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
6. (suite)	– Préparation des documents : • cartes professionnelles, dossiers de clientes et clients potentiels, documentation (technique, publicitaire, etc.), catalogues, tarifs, etc. – Préparation des aides à la vente : • matériel de démonstration; • échantillons; • matériel audiovisuel, etc.			
F. Visiter les clientes et clients potentiels.	– Établissement du contact : • salutation; • création de l'ambiance; • présentation de la personne chargée de la prospection et de l'entreprise; • identification de l'interlocuteur ou de l'interlocutrice; • explication du but de la visite. – Application des techniques de vente : • recherche des besoins de la cliente ou du client potentiel et de ses motivations; • aide au client ou à la cliente pour la formulation de son problème; • réponse aux objections;	– Faire un exposé. – Préparer des simulations et faire suivre d'une discussion de groupe.	– Prend des notes. – Participe aux simulations et aux discussions.	– À partir d'une mise en situation : • création d'un climat propice à la vente; • perception juste des besoins des clientes et clients potentiels; • présentation claire de l'argumentation de vente; • réponses appropriées aux objections; • utilisation du matériel de présentation pertinent; • application correcte des techniques de prise de congé.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	• argumentation, dialogue avec la cliente ou le client potentiel; • conclusion du premier entretien de prospection; • établissement des éléments favorables et défavorables à la poursuite du contact; • formalités d'ouverture de compte (enquête de crédit, références bancaires, etc.). – Loi de la protection du consommateur et Charte des droits et libertés de la personne. Réf. : modules 2 et 6.			
G. Mettre à jour les fichiers des clientes et clients potentiels.	– Enregistrement des données après une démarche de prospection : • objections faites; • engagements obtenus; • date du prochain contact. – Suivi des fiches des clientes et des clients potentiels repérés mais non intéressés. – Reclassification des fiches. – Charte des droits et libertés de la personne (confidentialité).	– Faire un exposé théorique sur la mise à jour des fichiers. – Préparer une activité dans laquelle l'élève aurait à mettre un fichier à jour.	– Met à jour, manuellement ou à l'aide de l'ordinateur, un fichier de clientes et clients potentiels.	– À partir d'une mise en situation : • inscription correcte de l'information recueillie au moment de la démarche de prospection; • suppression, partielle ou complète, des fiches des clientes et clients potentiels non intéressés; • reclassification des fiches.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES D'ÉVALUATION
H. Faire la relance des clientes et clients potentiels.	– Planification d'une stratégie de relance : • objectif; • échéancier des relances; • moyens de relance : consultation des fiches mises à jour, réseau de relations, lettre de compte rendu de visite, déjeuner d'affaires, envoi de bulletins d'information, invitation à une visite d'usine, etc.	– Expliquer l'organisation du suivi des clientes et clients potentiels. – Préparer des mises en situation.	– Prend des notes. – Rédige une lettre de compte rendu d'entretien.	– À partir d'une mise en situation : • planification correcte d'une méthode de relance quant : - au moment choisi; - aux moyens à utiliser. • application correcte de la méthode privilégiée.
I. Rédiger un rapport des activités de prospection.	– Compte rendu des visites : • démarches de prospection effectuées; • résultats obtenus; • actions à entreprendre.	– Présenter et expliquer une monographie d'une entreprise ayant fait l'objet d'une prospection.	– Rédige un rapport des activités de prospection.	– À partir d'une mise en situation : • rédaction d'un rapport complet contenant l'information relative : - aux démarches de prospection effectuées; - aux résultats obtenus; - aux moyens de relance à privilégier. • respect de l'orthographe et de la grammaire; • écriture lisible.

Module : 8		**Codes :**	CPK 188 446274
Titre :	INTÉGRATION AU MILIEU DE TRAVAIL	**Durée :**	60 h

Présentation du module

Ce module a pour objectif de faciliter l'intégration des élèves au marché du travail. Il leur permettra d'apprendre à travailler dans un véritable milieu de travail, de découvrir l'entreprise avec ses fonctions et sa structure, et de s'insérer dans une équipe de représentantes et représentants professionnels.

Outre la transition plus aisée des élèves de l'école au marché du travail que le stage peut favoriser, celui-ci permettra aux enseignantes et enseignants de garder le contact avec les réalités de l'entreprise et même de favoriser la collaboration entre les deux parties.

Dans bien des cas, le stage permettra aux élèves de se trouver un emploi. Aussi, même si l'organisation d'un tel module n'est pas toujours facile, les résultats seront avantageux pour plus d'un ou d'une élève.

Finalement, rappelons que les élèves qui participeront à ce stage devront avoir réussi tous les modules précédents.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Ce module devrait faire l'objet d'une planification préalable. À cette fin, les conditions d'encadrement précisées dans le programme peuvent servir de référence à son organisation. L'enseignante ou l'enseignant devra concevoir les documents d'accompagnement nécessaires à la réalisation des trois phases (ex. : entente école-entreprise, grille d'évaluation, etc.).

À la phase 1, soit la préparation du séjour en milieu de travail, il est fortement recommandé que les élèves effectuent eux-mêmes les démarches. Nous savons cependant que, dans certaines régions, le nombre d'employeuses et d'employeurs est plutôt restreint. Dans ce cas, il reviendra probablement à l'enseignante ou à l'enseignant d'organiser le stage et de répartir les élèves dans les entreprises. Dans tous les cas, il serait prudent que l'enseignante ou l'enseignant constitue une banque d'employeuses et d'employeurs intéressés à recevoir des stagiaires.

Une fois les endroits de stage trouvés, il serait important que l'enseignante ou l'enseignant rencontre les responsables des stagiaires afin de bien leur expliquer les modalités du stage. Il faudra en effet que le rôle de chaque partie (employeuses ou employeurs, stagiaires, enseignantes ou enseignants) soit clairement défini avant le début du stage afin d'éviter des remises en question ou des changements pendant le déroulement de ce dernier. Il faudra également s'assurer que les stagiaires aient la possibilité d'effectuer les activités prévues à la phase 2 de l'objectif.

Ainsi les élèves pourraient, par exemple, s'allier à des représentantes ou des représentants d'expérience et les accompagner dans leur pratique professionnelle. Après un certain temps, ces activités pourraient être abordées avec des degrés divers d'autonomie. L'enseignante ou l'enseignant devra aussi avoir l'occasion, pendant le stage, de rencontrer les stagiaires, ainsi que leurs responsables en entreprise afin de faire le point.

L'organisation et le suivi d'un stage demandent évidemment beaucoup de temps et d'énergie de la part de l'enseignant ou l'enseignante. Il faudra assurer le soutien aux élèves en étant disponible et en prêtant attention à leurs préoccupations. En cas de difficultés, l'enseignante ou l'enseignant devra intervenir promptement et s'efforcer de trouver la meilleure solution.

Finalement, il faudra prévoir du temps après le stage pour un retour en classe. On favorisera à ce moment l'expression de tous les élèves en leur accordant, à tour de rôle, un moment pour décrire leurs expériences. L'enseignante ou l'enseignant devra être particulièrement attentive ou attentif aux commentaires exprimés par les élèves concernant le déroulement de leurs stages afin de déceler des situations à éviter ou des points à considérer au moment de l'organisation d'autres stages.

Module n° : 8

Titre : INTÉGRATION AU MILIEU DE TRAVAIL

Codee : CPK 188 / 446274

Durée : 60 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
1. Décrire les étapes de planification pour la recherche d'un lieu de stage.	- Consultation de la banque d'entreprises. - Lettre de demande de stage. - Curriculum vitae. - Téléphone. - Entrevue.	- Décrire les éléments importants de chacune des étapes.		
2. Énumérer les attitudes nécessaires à la recherche dynamique d'un lieu de stage.	- Attitudes telles que : • détermination; • ouverture d'esprit; • pensée positive; • disponibilité.	- Questionner les élèves sur les attitudes nécessaires à la recherche d'un lieu de stage. - Compléter les énoncés des élèves.		
3. Préparer un curriculum vitae et une lettre de présentation.	- Curriculum vitae. - Lettre de présentation.	- Bref exposé sur les composantes, la disposition et la présentation du curriculum vitae et sur la lettre de présentation.	- Met à jour son curriculum vitae et la lettre de présentation : • nouveau diplôme; • stage effectué; • expérience de travail, etc.	
Activités de la phase 1 : Préparation du séjour en milieu de travail.				- Énumère, en ordre de priorité, trois lieux possibles de stage, répondant à ses critères de sélection prédéterminés. - Rencontre une représentante ou un représentant de l'entreprise en vue de se faire accepter comme stagiaire.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 1 (suite)	– Modalités d'organisation du stage : • objectifs du stage; • durée; • conditions d'encadrement; • critères de participation; • rapport de stage.	– Préparer une rencontre de groupe pour présenter la politique des stages de l'école (protocole d'entente tripartite : école, entreprise, stagiaire). – Préparer un document d'information à remettre à la personne responsable des stages en entreprise, lequel pourrait traiter des points suivants : • durée du stage; • horaire du stagiaire; • stage non rémunéré; • assurance responsabilité; • liste des cours offerts dans la formation; • rôle de la personne responsable en entreprise; • évaluation de la ou du stagiaire; • rôle de la superviseure ou du superviseur des stagiaires.	– Prend connaissance de l'information et des modalités relatives au stage.	
	– Établissement de critères de sélection des entreprises : • type d'entreprise; • taille de l'entreprise; • produits commercialisés; • localisation de l'entreprise, etc.		– Choisit le secteur, le type d'entreprise privilégié, etc., pour effectuer son stage.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 1 (suite)	– Consultation de plusieurs sources afin de répertorier des entreprises pouvant recevoir des stagiaires : • centre d'emploi; • annonces classées; • relations personnelles; • enseignante ou enseignant.	– Préparer un formulaire pour chaque entreprise intéressée à recevoir une ou un stagiaire : • nom de l'entreprise; • adresse, numéro de téléphone; • nom de la personne responsable; • activités possibles.	– Énumère, par ordre de priorité, des lieux possibles de stage. – Présente la liste des endroits possibles de stage à l'enseignante ou à l'enseignant.	
	– Prise de contact avec l'entreprise : • par lettre; • par téléphone; • par une visite.	– Suggérer quelques démarches personnelles pour entrer en contact avec une employeuse ou un employeur. – Préparer l'élève à la première rencontre avec la ou le responsable en entreprise, en traitant des points, tels que : • comportement au cours de l'entrevue; • déroulement de l'entrevue; • tenue vestimentaire. – Organiser une table ronde au cours de laquelle chaque élève émet ses commentaires sur le déroulement de ses démarches pour obtenir une place de stagiaire.	– Effectue des démarches personnelles pour son acceptation comme stagiaire dans une entreprise.	
Fin des activités de la phase 1.				

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
4. Décrire les éléments à consigner en cours de stage.	- Tâches exécutées. - Conditions de travail. - Événements particuliers, etc.	- Présenter le journal de stage que l'élève devra remplir.		
5. Décrire le comportement à adopter dans un milieu de travail.	- Attitudes et comportements professionnels : • attitude d'écoute et d'observation; • tact, discrétion, secret professionnel; • comportement positif; • communication efficace, claire et précise; • manifestation d'intérêt pour toute nouvelle expérience de travail; • souci de l'excellence; • sens des responsabilités.			
Activités de la phase 2 : **Observation et réalisation d'activités en milieu de travail.**				- Respecte les directives de l'entreprise concernant les activités qu'on lui permet à titre de stagiaire, l'horaire de travail et les règles d'éthique professionnelle. - Produit un rapport faisant état de ses observations sur le contexte de travail et sur les tâches exercées au cours du stage.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Phase 2 (suite)	– Observation du milieu de travail : • structure et organisation de l'entreprise; • activités de l'entreprise; • conditions et relations de travail; • politique de santé et sécurité au travail, etc.		– Observe le milieu de travail, prend connaissance des activités, de la structure, de l'organisation et des règlements de l'entreprise.	
	– Réalisation de tâches assignées par les responsables en entreprise telles que : • tenue et mise à jour d'un fichier de produits; • exploitation et mise à jour d'un fichier de clientes ou de clients; • préparation d'une opération de prospection; • préparation d'une opération de démarchage à domicile; • préparation des activités de vente; • participation à une manifestation commerciale; • participation à une réunion de l'équipe de vente, etc. et selon les consignes établies.		– Effectue les tâches professionnelles ou participe à leur réalisation.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
	- Rédaction du rapport de stage : • présentation de l'entreprise; • description des produits de l'entreprise; • tâches et opérations réalisées.		- Rédige son rapport de stage en consultant son journal de bord.	
	- Évaluation par l'entreprise.	- Fournir une grille d'évaluation à la personne responsable du stage en entreprise. - Rencontrer la ou le responsable du stage pour discuter de l'évaluation de la ou du stagiaire. - Discuter avec l'élève de l'évaluation de l'employeuse ou de l'employeur et de son auto-évaluation.		
Fin des activités de la phase 2. **Activités de la phase 3 :** **Comparaison des perceptions de départ avec les réalités du milieu.**				- Désigne au moins un aspect à améliorer dans la formation au regard de l'exercice du métier. - Donne son opinion quant à la qualité du travail effectué dans l'entreprise.

OBJECTIFS (1er et 2e niveau)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	CRITÈRES DE PARTICIPATION
Fin des activités de la phase 3.	– Aspects du métier qui ressemblent à ceux étudiés au cours de la formation et aspects qui en diffèrent. – Perception du métier avant et après le stage : • milieu de travail, pratiques professionnelles. – Influence de l'expérience sur le choix d'un futur emploi (aptitudes, goûts, intérêt).	– Organiser une rencontre de groupe sous forme de table ronde.	– Présente son expérience vécue en milieu de travail en décrivant : • l'entreprise et les produits commercialisés; • les tâches effectuées; • les exigences du milieu de travail; • l'appréciation de son stage; • comparaison de sa perception du métier avant et après le stage, etc. – Participe aux discussions et à la présentation des autres élèves.	– Fait la différence entre sa perception du métier avant et après le stage. – Explique en quoi l'expérience influencera le choix de son futur emploi.

6. LEXIQUE

Nous avons cru bon, dans les dernières pages de ce document, de présenter une définition des mots et expressions les plus couramment utilisés dans le texte.

Activité d'apprentissage : Action ou travail destiné à l'élève et qui lui permet de réaliser des apprentissages visant l'atteinte d'un ou de plusieurs objectifs. Une activité d'apprentissage peut être préparée pour un ou plusieurs objectifs de second niveau, pour un ou plusieurs éléments (précisions) d'un objectif de premier niveau ou pour l'ensemble de l'objectif de premier niveau.

Compétence : Ensemble des comportements socio-affectifs, d'habiletés cognitives ou d'habiletés psycho-sensori-motrices permettant d'exercer convenablement une activité ou une tâche.

Cours : Ensemble organisé, dans le temps, d'activités de formation en vue de l'atteinte d'objectifs. Dans un programme d'études en formation professionnelle, un cours est constitué pour chacun des modules d'un programme.

Logigramme de la séquence d'enseignement : Schéma représentant les modules d'un programme selon un ordre logique d'enseignement. Les modules sont disposés graphiquement, soit les uns à la suite des autres, soit en parallèle.

Module d'un programme : Unité constitutive ou composante d'un programme d'études comprenant un objectif opérationnel de premier niveau et des objectifs opérationnels de second niveau qui l'accompagnent.

Objectifs opérationnels de premier niveau : Objectifs clés d'une formation, ils sont les cibles principales de l'enseignement et de l'apprentissage. Ils précisent les compétences à acquérir. Ils servent de référence formelle à l'enseignement, à la sanction des études et à la reconnaissance des acquis expérientiels. Ce sont les objectifs «obligatoires» d'un programme pour l'obtention du diplôme, du certificat ou de l'attestation qui lui correspond. Ils appartiennent au premier palier de la formation et ils sont mesurables en ce qui a trait à la performance ou à la participation. On trouve deux types d'objectifs de premier niveau :

- de comportement, parce qu'ils traduisent une intention (compétence à acquérir) qui est exprimée en actions observables et en résultats mesurables; ils sont relativement fermés et déterminent, au départ, les produits ou les résultats attendus;

- de situation, parce qu'ils décrivent la situation à l'intérieur de laquelle l'élève va cheminer pour réaliser une intention (compétence à acquérir) et qu'ils déterminent des exigences mesurables de participation ; ils sont relativement ouverts, puisqu'ils laissent place à des produits ou à des résultats pouvant varier d'un élève à l'autre.

Objectifs opérationnels de second niveau : Cibles intermédiaires servant de guides à l'enseignement et à l'apprentissage. Ils expriment des «savoirs» jugés préalables à l'atteinte des objectifs de premier niveau. Ils sont définis selon des grandes catégories de savoirs : savoir, savoir-être, savoir-percevoir et savoir-faire. Ils constituent une proposition minimale et peuvent être remplacés par d'autres, à la condition que ces derniers facilitent l'atteinte des objectifs de premier niveau. Ces objectifs ne sont pas pris directement en considération pour l'évaluation menant à la sanction des études.

Participation : Action d'un sujet qui participe, prend part aux activités d'apprentissage qui lui sont proposées.

Performance : Résultats obtenus par un sujet à un moment donné de son apprentissage.

Programme d'études : Ensemble structuré d'objectifs constituant un enseignement. Le programme d'études définit les objectifs et les compétences visés à l'issue d'une formation, ainsi que les savoirs préalables au développement de ces compétences.

Stratégie d'enseignement ou d'apprentissage : Ensemble d'actions coordonnées d'enseignement ou d'apprentissage en vue de favoriser l'atteinte d'objectifs. Une stratégie peut être mise au point pour tout un programme, pour un ensemble de modules ou pour un module particulier. Dans le cas de stratégies partielles en référence à des parties de module, on utilisera plutôt l'expression «élément de stratégie».

7. Références bibliographiques

Manuels et fascicules

ALDER, Ronald B., et Neil TOWNE. *Communication et interactions, la psychologie des relations humaines*, Adaptation de Jacques Shewchuck, Éditions Études vivantes, 1991, 358 p. (39,95 $)

BERK, Diane. *Passez avec succès l'entretien de recrutement, obtenez l'emploi que vous souhaitez*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1989, 67 p. (13,95 $)

BOISVERT, Jean-Marie, et Madeleine BEAUDRY. *S'affirmer et communiquer*, Les éditions de l'Homme, 1979, 328 p.

BOUCHER, Denis, et Christian DOYON. *La gestion du temps*, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 112 p. (18,00 $)

BRAND, Margaret, et Ann Olney SPARKES. *Réussir dans le monde du travail*, Les éditions de la Chenelière inc., 1992, 221 p. (18,95 $)

CHAPMAN, Elwood N. *Ayez une attitude positive, un atout inestimable pour le succès*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 72 p. (13,95 $)

CHAPMAN, Elwood N. *Les secrets de la vente, devenez un vendeur efficace*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 54 p. (13,95 $)

CHAPMAN, Elwood N. *Relations humaines : jouez gagnant pour avoir le contact dans la vie professionnelle*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 80 p. (13,95 $)

CHAPMAN, Elwood N. *Vos trente premiers jours dans votre nouvel emploi, guide pratique pour l'efficacité et le succès*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 64 p. (13,95 $)

CHARLES, R., et C. WILLIAMS. *La communication orale*, Éditions Nathan, 1988, 159 p.

CHEVALIER, Patrice *et autres*. *Objectif vendre*, Les éditions Foucher, 1986, 171 p. (17,95 $)

CHEVALIER, Patrice *et autres*. *Objectif vendre, cas concrets et jeux de rôle*, Les éditions Foucher, 1986, 79 p. (12,50 $)

CUDICIO, Catherine. *Mieux vendre avec la PNL : des stratégies pour convaincre*, Les éditions d'Organisation, 1989, 160 p. (37,95 $)

DARMON, René Y. *et autres*. *Les fondements de la recherche commerciale*, Gaétan Morin Éditeur Ltée, 1991, 498 p. (46,00 $)

DECKER, Bert. *L'art de la communication, les techniques des meilleurs*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 77 p. (13,95 $)

DE MENTHON, Sophie. *Mieux utiliser le téléphone, un média sur votre bureau*, Les éditions d'Organisation, 1985, 164 p. (32,50 $)

DEVERS, Thomas. *Communiquer autrement, expression non verbale, attitudes et comportements*, Les éditions d'Organisation, 1985, 128 p. (32,50 $)

DUFOUR, Hélène, et Lucette LÉVESQUE. *Communications d'affaires*, McGraw-Hill Éditeurs, 1987, 290 p.

FINCH, Lloyd C. *Savoir répondre au téléphone pour gagner des clients, les meilleures techniques au service du client*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1991, 72 p. (13,95 $)

FREESTON, Julie, et Janet BRUSSE. *La vente par téléphone : les 10 étapes du succès*, Collection 50 minutes pour réussir, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1991, 63 p. (13,95 $)

GERSON, Richard F. *Dynamisez vos ventes par un plan marketing, les techniques faciles et bon marché qui rapportent gros!*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 104 p. (13,95 $)

HAYNES, Marion E. *Animez des réunions efficaces, guide pratique des méthodes et des techniques*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1991, 87 p. (13,95 $)

HAYNES, Marion E. *L'art de manager son temps, méthodes et outils*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 69 p. (13,95 $)

HEIM, J.A. *Écouter, argumenter, vendre*, Édition Eyrolles, Paris, 1988, 131 p. (38,50 $)

HEIM, Pat, et Elwood N. CHAPMAN. *Devenez un leader, guide pratique pour le succès*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1991, 87 p. (13,95 $)

LEMAY, Jean *et autres*. *DOS, Word Perfect 5.1, Lotus 2.2, dBase IV*, Éditions Reynald Goulet inc., 1991, 384 p. (29,95 $)

LLOYD, Sam R. *Soyez sûr de vous, sachez vous imposer, manuel pratique des méthodes et des techniques*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 54 p. (13,95 $)

MADDUX, Robert B. *Devenez un négociateur qui gagne, stratégies et tactiques efficaces pour jouer "gagnant"*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 66 p. (13,95 $)

MADDUX, Robert B. *Maîtrisez l'entretien de recrutement, l'entretien d'embauche : guide pratique*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1989, 66 p. (13,95 $)

MANDEL, Steve. *Sachez parler en public, comment faire un exposé et un discours gagnants*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 72 p. (13,95 $)

MISSENARD, Bernard. *La négociation*, Les éditions d'Organisation, 1988, 28 p. (10,50 $)

MISSENARD, Bernard. *Savoir négocier face à face*, Les éditions d'Organisation, 1987, 164 p. (40,95 $)

MOULINIER, René. *La prospection commerciale en action*, Les éditions d'Organisation, Collection Efficacité commerciale, 1986, 174 p. (42,50 $)

MOULINIER, René. *Les techniques de la vente*, Les éditions d'Organisation, Collection Efficacité commerciale, 1979, 200 p.

MOINE, Donald, et John H. HERD. *Persuader pour vendre : Application de la P.N.L. à la vente*, Les éditions d'Organisation, Collection Efficacité commerciale, 1987. (52,50 $)

MORGAN, Rebecca L. *L'art de la vente, les secrets des meilleurs, méthodes et techniques pour accroître vos ventes*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 88 p. (13,95 $)

MYERS, Gail E., et Michele TOLELA MYERS. *Les bases de la communication humaine, une approche théorique et pratique*, Traduction et adaptation française par Nicole Germain, Denis Managhan, Pierre Racine, 2e édition, McGraw-Hill Éditeurs, 1990, 475 p.

NOTHSTINE, William, L. *L'art de la persuasion, manuel des stratégies et des techniques*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 73 p. (13,95 $)

PALLADINO, Connie. *Ayez confiance en vous, manuel pratique des méthodes et techniques*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1991, 72 p. (13,95 $)

PIGNERO, Marc. *Profession représentant*, Les éditions d'Organisation, Collection Efficacité commerciale, 1984, 214 p. (46,50 $)

PILON, Jean-Pierre. *L'art de vendre*, École de la vente professionnelle, 1991, 235 p.

POKRAS, Sandy. *Sachez résoudre les problèmes et prendre les décisions efficaces, méthode pratique systématique*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 112 p. (13,95 $)

PORTERFIELD, J.D. *Techniques de vente par téléphone*, Les éditions de l'Homme, 1988, 258 p. (14,95 $)

POULIN, Paul. *Le marketing direct : cibler, prospecter, vendre*, Publications Transcontinental inc., 1989, 200 p. (34,95 $)

RATAUD, Pierre. *L'alchimie de la vente*, Les éditions d'Organisation, Collection Efficacité commerciale, 1987, 271 p. (44,95 $)

RAYE-JOHNSON, Venda. *Tissez-vous un réseau de relations efficaces, techniques éprouvées pour le succès de votre carrière*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 95 p. (13,95 $)

ROECKEL, F. *La vente à domicile*, Les éditions d'Organisation, 1986, 168 p. (39,95 $)

ROSENBERG, Robert, et R. Harry LEVIS. *Mathématiques commerciales*, McGraw-Hill Éditeurs, 1973, 424 p.

SCOTT, Dru. *L'art de maîtriser le téléphone et le temps, pour mieux communiquer et mieux gérer son temps*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 80 p. (13,95 $)

SCOTT, Dru. *Sachez satisfaire vos clients, méthodes et outils efficaces pour gagner*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 123 p. (13,95 $)

SIMON, Pierre, et Lucien ALBERT. *Les relations interpersonnelles*, Cahier du maître, Éditions Agence d'Arc, 1990, 95 p. (34,00 $)

SIMON, Pierre, et Lucien ALBERT. *Les relations interpersonnelles, une approche expérimentielle en milieu laboratoire*, Éditions Agence d'Arc, 1990, 445 p. (36,00 $)

SYLVESTRE, Robert. *Dynamisme de la vente*, Librairie Beauchemin Limitée, 1967, 254 p.

TIMM, Paul R. *Les secrets de la réussite personnelle, le succès au quotidien, méthode pratique*, Collection 50 minutes pour réussir, Éditions Agence d'Arc inc., 1990, 72 p. (13,95 $)

VAN COILLIE, TREMBLAY *et autres*. *Correspondance d'affaires*, Règles d'usages françaises et anglaises et 85 lettres modèles, Publications Transcontinental inc., 1991, 265 p.

WHITING, Percy, H. *Les cinq grandes règles de la vente*, Dunod entreprise, 1990, 181 p.

Ouvrages de référence et revues

ADAMS, Brian. *La cybernétique de la vente*, tome I, Les éditions un monde différent ltée, 1988, 193 p.

ADAMS, Brian. *La cybernétique de la vente*, tome II, Les éditions un monde différent ltée, 1989, 154 p.

ADAMS, Brian. *La cybernétique de la vente*, tome III, Les éditions un monde différent ltée, 1989, 136 p.

ARNAUD, Alain. *Les mots-vendeurs, dynamique de communication avancée, vente et publicité*, Maison du dictionnaire, 1989, 128 p. (39,95 $)

BETTGER, Frank. *De l'échec au succès*, Les éditions un monde différent ltée, 1985, 313 p. (10,95 $)

BETTGER, Frank. *La vente : étape par étape*, Les éditions un monde différent ltée, 1987, 374 p.

BLANCHET, Daniel, et Dennis CURTIN. *Lotus 1,2,3*, Éditions Reynald Goulet inc., 1991, 252 p. (24,95 $)

CHAREST, Yvon, et Dennis CURTIN. *DBase IV*, Éditions Reynald Goulet inc., 1991, 160 p. (24,95 $)

CLAS, André, et Paul A. HORGELIN. *Le français langue des affaires*, McGraw-Hill Éditeurs, 1991, 422 p.

CROSBY, Philip B. *La qualité c'est gratuit, l'art et la manière d'obtenir la qualité*, Édition Économica, 1986, 313 p. (19,95 $)

CUDICIO, Catherine. *Comprendre la PNL, la programmation neurolinguistique, outil de communication*, Les éditions d'Organisation, 1986, 160 p. (45,95 $)

CUDICIO, Catherine. *Programmation neurolinguistique*, Les éditions d'Organisation, 1988, 28 p. (10,50 $)

CUDICIO, Catherine. *Maîtriser l'art de la PNL*, Les éditions d'Organisation, 1988, 304 p. (62,95 $)

DELMAR, Ken. *Actions de gagnants, le langage non verbal du vendeur*, Les éditions un monde différent ltée, 1986, 339 p. (14,95 $)

FAYET, Michelle, et Aline NISHIMATA. *Savoir rédiger le courrier d'entreprise*, Les éditions d'Organisation, 1987, 240 p. (39,50 $)

GAMONNET, François. *Savoir mieux gérer son temps*, Les éditions d'Organisation, 1982, 12 p. (27,95 $)

GYGER, Armand. *Le secret du succès dans la vente et dans la vie*, Les éditions un monde différent ltée, 1983, 174 p. (8,95 $)

LECKER, Sidney. *Le facteur réussite*, Les éditions un monde différent ltée, 1989, 142 p.

Le Québec industriel, (Bonnes idées industrielles et nouveaux matériaux).

MILLER, Robert B. *et autres*. *Stratégie de la vente*, Les éditions d'Organisation, Collection Efficacité commerciale, 1986, 270 p. (95,95 $)

PAUZÉ, Élaine. *Techniques d'entretien et d'entrevue*, 2e édition, Modulo Éditeur, juillet 1984, 240 p. (20,00 $)

PELLETIER, Michel. *À la recherche d'un emploi ? Outils et conseils*, Éditions Études vivantes, 1991, 358 p. (39,95 $)

Répertoire des produits fabriqués au Québec, 9e édition, Centre de recherche industrielle du Québec, 1986.

Revue *Commerce*.

Revue *Protégez-vous*.

Revue *Succès, promotion et profits*.

ROBIDOUX, Léon A. *L'art de parler en public*, Guérin éditeur ltée, 1989, 327 p.

SAINT-AMAND, Gilles Emmanuel, et Daniel GAUTHIER, *Lotus 1,2,3*, tome I, Les éditions G. Vermette, 1990, 349 p. (29,95 $)

STATISTIQUE CANADA. Revues, cahiers et catalogues.

STORME, Françoise. *Le français des affaires*, Guérin éditeur ltée, 1990, 223 p.

THOUIN, Denise *et autres*. *Word Perfect 5.1*, Éditions Reynald Goulet inc., 1991, 320 p. (32,95 $)

WAITLEY, Denis. *Devenir le meilleur*, Les éditions un monde différent ltée, 1989, 258 p.

ZIGLAR, Zig. *Les étapes vers le sommet*, Les éditions un monde différent ltée, 1989, 243 p. (18,95 $)

ZIGLAR, Zig. *Les secrets pour conclure la vente*, Les éditions un monde différent ltée, 1985, 491 p.

Films, vidéocassettes

LES ENTREPRISES INTERNATIONALES TÉLÉ-FILM LTÉE, 4480, chemin Côte de Liesse, bureau 370, ville Mont-Royal, (514) 345-1275 :

- Piège du temps II.

- 30 façons de gagner du temps.

- Gérez votre temps.

- Avantage caché (PNLV programmation neurolinguistique en vente).

- Comment prendre rendez-vous par téléphone.

- Art de téléphoner.

- Verbal et non verbal (Les outils de l'influence).

- À vous de jouer maintenant (parler en public).

- Communication de groupe.

- Art de la négociation.

- Comment répondre aux réclamations du client.

- Art du dialogue dans la vente.

- Client a des choses à vous dire.

- Savoir prospecter.

- Série «Art de vendre» :

  • partie 1 : La préparation;

  • partie 2 : La présentation;

  • partie 3 : Les acheteurs sont ce qu'ils sont;

  • partie 4 : Conclure la vente.

- Cinq études de la vente.

- Sept étapes de la vente.

- Comment réussir une vente.

- Entretien de vente dans les services.

- Vendeur face aux objections.

- Comment faire face aux objections de prix.

- Raison d'acheter.

LE BUREAU DE COMMERCE DE MONTRÉAL, 1080, côte du Beaver Hall, bureau 710, Montréal, (514) 878-4651 :

- Devenir entrepreneur.

COLLÈGE DE JONQUIÈRE, Centre des ressources éducatives :

- L'entrevue.

- La correspondance d'emploi.

- Le curriculum vitae.

EMPLOI ET IMMIGRATION CANADA :

- Stratégie de recherche d'emploi.

CRAPO DISTRIBUTEUR :

- Logiciels sur le curriculum vitae et l'entrevue d'emploi.

Gouvernement du Québec
Ministère de l'Éducation

17-0103-02P